



UNIVERSIDAD ESAN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Influencia de la innovación abierta en el rendimiento financiero a través de la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes

Trabajo de Suficiencia Profesional presentado en satisfacción parcial de los requerimientos

para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Finanzas

AUTORES

Sarita Regina Alayo Pescorán
Martín Greco Huamán Cusichaqui
Indira Yahayra Alvarado Carbajal
Maribel Milagros Oyola Cueva
Gianella Viviana Bueno Otaño

ASESOR

Jorge Martín Ramón Santana Ormeño
ORCID N° 0000-0002-4909-4891

Diciembre, 2021

RESUMEN

En el pasado, gran cantidad de artículos se han enfocado en una relación Responsabilidad Social Corporativa (RSC)-Innovación-Desempeño, sin embargo, no existen muchos estudios que asocien a la RSC en la relación innovación abierta y desempeño financiero. Asimismo, la claridad de un impacto positivo significativo entre la RSC y el desempeño de una empresa es muy vaga al comparar los resultados de diversos autores.

El objetivo de la presente investigación es identificar el papel de la RSC como variable mediadora entre la innovación abierta y el rendimiento financiero. Nos enfocaremos en dos principales dimensiones para describir la Innovación Abierta. Por otro lado, en relación con la variable desempeño financiero, la mediremos con un cuestionario adaptado y validado.

Adicionalmente, se plantea el siguiente método para la recopilación de datos: el primero será la aplicación de cuestionarios a gerentes de empresas del sector manufacturero; el segundo y como complementario será revisar los archivos del Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de las compañías para identificar los indicadores anteriormente mencionados.

Los resultados deberían mostrarnos un panorama más amplio de la posible influencia positiva o negativa de la innovación abierta, RSC y desempeño financiero.

PALABRAS CLAVE: Innovación abierta, desempeño financiero, responsabilidad social corporativa, Retorno sobre ventas, retorno sobre activos.

ABSTRACT

In the past, a large number of articles have focused on a Corporate Social Responsibility (CSR) -Innovation-Performance relationship, however, there are not many studies that associate CSR in the relationship between open innovation and financial performance. Likewise, the clarity of a significant positive impact between CSR and the performance of a company is very vague when comparing the results of various authors.

The objective of this research is to identify the role of CSR as a mediating variable between open innovation and financial performance. We will focus on two main dimensions to describe Open Innovation. On the other hand, in relation to the financial performance variable, we will measure it with an adapted and validated questionnaire.

Additionally, the following data collection methods are proposed: the first will be the application of questionnaires to managers of companies in the manufacturing sector; The second and complementary will be to review the files of the State of Financial Situation and Income Statement of the companies to identify the aforementioned indicators.

The results should show us a bigger picture of the possible positive or negative influence of open innovation, CSR and financial performance.

KEYWORDS: Open innovation, financial performance, corporate social responsibility, Return on sales, return on assets.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
ÍNDICE DE FIGURAS	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.1 Descripción y formulación problema general	8
1.2 Determinación del objetivo de la investigación	8
CAPÍTULO II: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	10
2.1 Innovación abierta	10
2.1.1 Innovación abierta: procesos de innovación de afuera hacia adentro	10
2.1.2. Innovación abierta: procesos de innovación de adentro hacia adentro	11
2.2. Modelo de la triple hélice	12
2.3. Modelo Cuádruple Hélice	14
2.4. Responsabilidad Social Corporativa	15
2.5. Desempeño Financiero	18
2.6. Sector manufacturero en economías emergentes	20
2.7 Formulación De Hipótesis	20
2.7.1 Relación entre Innovación Abierta y la Responsabilidad Social Corporativa	21
2.7.2 Relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y el Desempeño Financiero	23
2.7.3 Relación entre la Innovación Abierta y el Desempeño Financiero	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	26
3.1 Justificación muestral	27
CONCLUSIONES	28
RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
ANEXOS	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de la Triple Hélice	13
Figura 2. Modelo de Investigación Propuesto	21

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el implementar acciones en la compañía que produzcan innovación o generen un valor agregado (RSC) a la compañía es una decisión determinante en todas las empresas, ya que genera una ventaja competitiva por sobre la competencia. Sin embargo, toda acción conlleva a una inversión, cuyos resultados se obtienen, en su mayoría, a mediano y largo plazo, y no siempre son resultados de éxito.

El sentido empresarial de muchas organizaciones los ha llevado a siempre generar nuevas estrategias y políticas que los ayude a generar un resultado óptimo para la empresa. Es así que se vuelve indispensable la continua innovación para generar una permanencia continua en el mercado, y de ser posible, un liderazgo. Crossan & Apaydin (2010) y Drucker (2014) señalan a la innovación como “la producción o adopción, asimilación y explotación de una novedad que incluye valor agregado en nuevos productos, nuevos métodos de producción y sistemas de gestión”, que influyen en la renovación de productos, servicios y mercados.

En los últimos años, se ha analizado una innovación cerrada en su mayoría, en donde junto al área de I+D se centraban en desarrollar nuevos productos enfocados en el conocimiento interno que poseía la compañía en ese momento. Sin embargo, la coyuntura actual (pandemia) ha generado un ambiente ideal para explorar una innovación más abierta y cooperativa.

La innovación abierta abarca la importancia de las fuentes de información externa, el uso de proveedores externos para realizar actividades innovadoras y la efectividad de alianzas estratégicas externas para la implementación de innovaciones (De Vincenzi, 2021).

Adicionalmente a la innovación abierta, en nuestra investigación entra en juego el papel de la responsabilidad social corporativa (RSC) revisada desde cuatro de sus principales dimensiones: económica, legal, ética y filantrópica (Carroll, 1979). Según Eikelenboom & de Jong (2019), las empresas asimilan de una mejor manera a las compañías que apuestan por acciones que impacten positivamente en el medioambiente (dimensión externa de la RSC). Es así que la responsabilidad social corporativa (RSC) poco a poco se ha ido convirtiendo en una variable importante generadora de ventaja competitiva (Sanchez G., 2018).

Teniendo un concepto un poco más claro de las variables que usaremos en el presente artículo, nuestro objetivo será determinar el impacto de la innovación abierta en el desempeño financiero a través de la responsabilidad social corporativa en las empresas del sector manufacturero en economías emergentes. Para ello, se plantean las siguientes relaciones que apoyarán el modelo de investigación propuesto: 1. Impacto de la innovación abierta en el desempeño financiero. 2. Impacto de la innovación abierta en el RSC. 3. Impacto de la RSC en el desempeño financiero.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción y formulación problema general

Hoy en día, para que una empresa pueda generar una ventaja competitiva debe realizar una tarea titánica, ya que cada vez el entorno organizacional es mucho más estricto y exigente (Raman y Shah, 2016).

Es ideal que las compañías puedan dedicar tiempo para generar acciones que conlleven a una innovación abierta, y que ello sea una puerta que permita recoger lo mejor de los mercados más activos. Asimismo, es fundamental mantener una estrecha relación con nuestras partes interesadas para generar lo siguiente (Santana M., 2021):

- Buenas relaciones con grupos de interés – Menos conflictos (menos costos).
- Mejor clima laboral – Mejores colaboradores (mayor productividad)
- Mejores productos – Mayor preferencia / lealtad del cliente (mayor competitividad).
- Buena reputación – Mayor confianza (mejores condiciones de financiamiento).

Las empresas necesitan entender que más que comunicar que son socialmente responsables, estas acciones pueden incrementar su rentabilidad propiamente. A su vez, muchas compañías aún no son conscientemente responsables con el medio ambiente ni su entorno, y esto se vuelve en contra de ellos, ya que, desde la actual pandemia, la atención de inversores de clase mundial frente a temas de RSE e inversión ecofriendly ha crecido exponencialmente.

Por lo expuesto, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo influye la innovación abierta en el rendimiento financiero a través de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes?

1.2 Determinación del objetivo de la investigación

Determinar la influencia de la innovación abierta en el rendimiento financiero a través de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector manufacturero en economías

emergentes.

1.3 Justificación de la investigación

Cada vez más, las empresas se ven expuestas a diferentes acontecimientos y situaciones que ponen en riesgo la continuidad de sus operaciones. Por ello es que -en teoría- estos riesgos deberían verse reducidos, a medida que los grupos de interés sean pilares en el planeamiento estratégico de las compañías.

Pero, ¿cómo reducir estos riesgos en un mundo tan volátil y dónde la existencia de la incertidumbre es lo único cierto? Es donde entra a tallar la creatividad y las ideas, las cuales se traducen y hacen realidad mediante la innovación.

Por otro lado, hace algunos años se viene estudiando la Responsabilidad social corporativa (RSC) y su impacto en el desempeño financiero de una empresa. La RSC justamente integra a los grupos de interés mencionados anteriormente, en los planes de la empresa y la ejecución de éstos.

Sin embargo, en muchas de las empresas aún se tiene la creencia de que esta implementación de Innovación y la RSC es costosa. Por ello es que, respecto a las variables planteadas, se delimita a Innovación abierta por ser de carácter colaborativo, menos costosa y muy beneficiosa por la información obtenida.

Debido a lo expuesto, es que se plantea estudiar el impacto de la innovación abierta en el desempeño financiero, mediante el papel de la Responsabilidad Social Corporativa.

La relevancia de esta investigación radica en que, si bien existe literatura sobre la causalidad de entre innovación abierta y desempeño financiero, la mediación de la RSC no ha sido estudiada.

Esta investigación pretende demostrar o rechazar la relación de consecuencia entre estas tres variables, para así conocer si la creación de valor mediante la medición del desempeño financiero, causada por la innovación abierta, se encuentra mediada por la RSC; o por el contrario, ésta no es significativa en el modelo.

CAPÍTULO II: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A continuación, procederemos a detallar los antecedentes teóricos y definir los conceptos clave del trabajo a sustentar:

2.1 Innovación abierta

Hoy en día, la innovación abierta ha transformado a la innovación tradicional, dado que esta última podría definirse como una integración vertical, donde las actividades de la innovación se dirigen a bienes y servicios realizados en la misma empresa.

Sin embargo, la innovación abierta hace que el uso de los modelos de negocio promueva redefinir los lineamientos de estas arquitecturas y sistemas. Acceden a ideas internas y externas para crear valor, al tiempo que definen mecanismos internos para retener parte de ese valor.

Por otro lado, la innovación abierta es un proceso de innovación que incorpora flujos de conocimiento gestionados a través de las fronteras organizativas, utilizando diferentes mecanismos de acuerdo con el modelo de negocio de la empresa (Chesbrough y Bogers, 2014).

Los procesos de innovación de adentro hacia afuera y de afuera hacia adentro son los aspectos fundamentales de una estrategia de innovación abierta (Natalicchio et al., 2014, pág. 66).

A continuación, se detallan dichos procesos:

2.1.1 Innovación abierta: procesos de innovación de afuera hacia adentro

Refiere descubrir los procesos de innovación de la misma empresa a otros tipos de información y contribuir a otras, de lo cual se sabe también que se ha estudiado más tanto en lo empresarial y académico.

El compromiso del cliente en los proyectos de innovación se percibe como una parte significativa del proceso de innovación abierta de afuera hacia adentro (Chesbrough, 2003a, B, C). Chesbrough (2003b) declaró que, si una empresa sobreestima un proceso de innovación interno y descuida el entorno externo, como clientes, proveedores o socios comerciales, podría perder oportunidades competitivas y su desempeño podría retrasarse en lo que respecta a la adquisición de información relevante, propiedad intelectual y otros recursos valiosos.

2.1.2. Innovación abierta: procesos de innovación de adentro hacia adentro

Refiere que las organizaciones permiten que las propias ideas de las empresas que no han sido utilizadas sean utilizadas por otras empresas. Se sabe también que esta última forma no ha sido muy utilizada en el mundo empresarial.

En la fase más temprana de una naciente industria, los usuarios y los aficionados pueden hacer mucho modificando las tecnologías que ya tienen a su disposición. Sin embargo, una vez que la industria alcanza algún tipo de diseño dominante, y donde comienza a escalar, se requiere una inversión de capital significativa para permanecer en el juego (Chesbrough, 2012, pag. 26).

Es así, la innovación abierta implica que las empresas deben ser vendedores activos, es decir, todo aquellos que no forma parte en su modelo de negocio, y compradores activos de propiedad intelectual.

Finalmente, diversos conceptos que se le acude a la innovación abierta, sin embargo, el más acotado está por Chesbrough, precisa que la innovación abierta es uso de flujos internos y externos de conocimientos con el fin de incrementar la innovación interna y expandirse a los mercados para el uso externo.

A continuación, se detallan algunos autores de cómo definen a la innovación abierta:

Raunio et al. (2018), la lógica de innovación abierta y la co-creación abierta se aplica cada vez más a las interacciones entre universidad, industria y sociedad. Esto sugiere que la cultura de colaboración de las universidades renuncia a las estructuras o al menos las hace más permeables. Las plataformas de innovación constituyen nuevos tipos de entornos para la interacción, que fomentan una cultura de innovación abierta, una comunidad y una forma colaborativa de trabajar.

Huggins et al. (2019) indican que una característica clave de la innovación abierta es la capacidad de la organización para gestionar flujos de conocimiento internos y externos. Desde la perspectiva de las universidades, la innovación abierta está estrechamente relacionada con su papel como agentes empresariales, en particular la relacionada con sus capacidades de generación, transferencia y comercialización de conocimiento.

Moretti (2018) redefine a la innovación abierta como los límites de la empresa en el proceso de innovación, que se vuelve poroso. El proceso de IA puede seguir 3 direcciones: 1)

de afuera hacia adentro 2) de adentro hacia afuera y 3) acoplado. La práctica muestra que las innovaciones cerradas y abiertas se encuentran en un continuo que abarca diferentes combinaciones basadas en el contexto en el que operan las empresas.

Erol y Klug (2020) la implementación de la innovación abierta en las empresas a través de la creación de actividades de colaboración está generando distintas oportunidades de aprendizaje no solamente para las empresas, sino también para los académicos y las autoridades gubernamentales.

Asimismo, de entre las diversas instituciones y organizaciones que generalmente colaboran con las empresas manufactureras, las instituciones académicas son los socios más importantes para mejorar las actividades de innovación (Benneworth, Pinheiro y Karlsen, 2017; Schiuma y Carlucci, 2018), ya que las universidades generan una parte importante del conocimiento que necesitan las empresas para la adopción e implementación de la innovación abierta (Erol y Klug, 2020).

La innovación abierta es un tema reciente y se le puede considerar como una estrategia con el fin de obtener mejores resultados en las empresas, generando mayor competitividad y por ende muy contraria a las prácticas de la innovación tradicional, lo cual busca reforzar fomentar la I + D. En el Perú cada vez más empresas apuestan por la innovación abierta.

Varios estudios mencionan acerca de la triple hélice como modelo para la innovación abierta, lo cual también es el que predomina en Perú. A su vez, se desarrollará el modelo de la cuádruple hélice que usaremos para investigaciones futuras.

2.2. Modelo de la triple hélice

Este modelo teorizado por Etzkowitz y Leydesdorff considera tener tres aspas que son: la universidad, las empresas y el gobierno.

Etzkowitz y Leydesdorff (2000) aseguran que existen diferentes modelos de interacción de la Triple Hélice, ellos encontraron que se configuran tres modelos sobre el cómo se produce la innovación. El primero es conocido como un modelo “tipo I”, considerado como estático, donde la transferencia de conocimiento e innovación es dirigida por el gobierno al igual que las relaciones entre universidad e industria. En el modelo “tipo II” los objetivos de la relación son claramente definidos y explícitamente preestablecidos y puede haber interacción o no, por ello se considera un esquema de escasa vinculación. El último modelo “tipo III” es el más dinámico,

cuyo punto de partida es la interacción entre las tres hélices y el conocimiento es considerado como un factor implícito para la innovación. De este tipo de interacciones se considera que surgen organizaciones híbridas que se basan en el conocimiento multidisciplinario que promueven la innovación y, a través de esta, el desarrollo económico (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) motivo por el cual se propone un tipo III.

Ponce y Güemes (2017) la relación que se establece entre las diferentes esferas sociales existentes en una determinada región, así como la vinculación en sí, son componentes imprescindibles que se orientan a la innovación. A continuación, se describe el papel importante que desempeña cada esfera:

Figura 1. Modelo de la Triple Hélice



Fuente: (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000)

2.2.1. **Universidad:** desarrollar y fortalecer habilidades y competencias por medio de la enseñanza, la investigación y la reflexión.

Cabrera et al. (2017) considera que las universidades y centros de investigación son instituciones que producen gran parte de los insumos que nutren la innovación tales como el conocimiento, la tecnología y el talento humano.

2.2.2. **Empresa:** dinamizar la economía a través de la generación de nuevos empleos; además de proporcionar riqueza por medio de mejores salarios.

Guillen (2012) las organizaciones pueden generar conocimiento

2.2.3. **Gobierno:** promover y encauzar la relación empresas-academia por medio de políticas públicas que coadyuven con ellas.

Además de las interacciones, el territorio cobra especial interés, pues Cabrera, López y Serrano, mencionan a diversos autores que han demostrado que “la diversidad de condiciones —geográficas, socioeconómicas, institucionales, tecnológicas y culturales— que presenta cada territorio, determinan la capacidad de innovación del mismo” (2017, p. 34), es decir que ellos consideran que la sola presencia de una comunidad científica en el territorio no garantiza su incidencia sobre el mismo, sin embargo la actividad científica y su dinámica dentro del tejido social, sí determinan su aportación a la innovación y a la competitividad del territorio.

2.3. Modelo Cuádruple Hélice

Este modelo abarca la relación entre universidad, empresa, Estado y Sociedad Civil, lo cual el núcleo predominante será la sociedad civil.

Saltos, Odriozola y Ortiz (2018) el común denominador entre el modelo de triple hélice y la tetra hélice es que las universidades deben contar con “...una disposición de apertura al diagnóstico y evaluación de terceros, y hace de la transparencia y la colaboración, los valores centrales con los que poder identificar la manera en la que decide asumir responsablemente su compromiso con la sociedad.”

Ambos modelos de desarrollo presentan inconvenientes y complejidades en su implementación en cualquier país.

Soto (2006) precisa que esto puede ser debido a que la legislación económica y académica universitaria, así como la cultura nacional no permiten que estas nuevas relaciones de corresponsabilidad y compromisos entre el sector privado y las universidades creen sinergias.

Saltos, et al, (2018) indica que dichas discrepancias o complejidades pueden ser producto de la percepción de estas nuevas relaciones como amenazas a la gobernanza y la autonomía universitaria, por un lado, y, por otro lado, al debilitamiento institucional de la

universidad como una institución sometida a los intereses de otros actores de la sociedad y con falta de independencia académica para contribuir a solventar los problemas económicos y sociales.

Este Modelo de la Cuádruple Hélice promueve la cultura corporativa, colaboración e intercambio de ideas y el trabajo en equipo. Cada agente debe cumplir una función específica a través de las interrelaciones que favorece la creación de la sociedad.

2.4. Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es aquella responsabilidad de las empresas ante los impactos de sus decisiones y actividades que se dirigen en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento ético y que toma en consideración los intereses, cumpla con la legislación y sea coherente con la normativa de comportamiento y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Para Portocarrero, Tarazona y Camacho (2006) la responsabilidad social, busca un impacto en tres niveles distintos: i) en los propios empleados de la empresa, ii) en las comunidades directamente vinculadas con la organización y iii) en la sociedad en general.

La empresa debe responder a las demandas y expectativas de la sociedad. Esto constituye un deber moral y, por tanto, una responsabilidad ética. La asume la empresa ante la sociedad porque reconoce esa responsabilidad ante ella.

A continuación, se detallan los grupos de interés:

Internos:

- Empleados: aquellos que desarrollan su trabajo en la empresa bajo un contrato y reciben una compensación.
- Accionistas: aquellos que poseen la participación en las empresas. Su función puede definir la aportación para distinguir a accionistas dominantes y accionistas minoritarios.

Externos:

- Gobierno: Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones y personas.

- Comunidad: aquellas personas que viven alrededor de la empresa. Estas pueden ser sindicatos, ONG, etc.
- Proveedores: aquellos que venden a la empresa para que esta pueda desarrollar sus actividades tanto las esenciales como las de apoyo.
- Clientes: aquellos que consumen o compran bienes o adquieren servicios que distribuye la empresa.
- Competidores: aquellos que comercializan el mismo producto que la otra empresa para los mismos clientes.
- Medio Ambiente: factores físicos y biológicos que rodean a los seres vivos e influyen en su desarrollo y comportamiento.

Para el presente estudio abordaremos principalmente lo definido por Carroll (1979), quien indica que "La responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales [más tarde denominadas filantrópicas] que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado". La razón por la que se eligió esta definición fue ya que ha sido usada con éxito en diversas investigaciones durante más de 25 años, esta definición es útil ya que especifica la responsabilidad económica de la empresa como un factor a considerar en la RSE, y esto se vuelve muy importante al pensar en el 'Caso de Negocio'. Por el lado de los empresarios, les gusta pensar en su desempeño económico / financiero / de rentabilidad como algo que están haciendo no solo por ellos mismos, sino también por la sociedad, ya que cumplen con la misión de sus instituciones de proporcionar bienes y servicios para la sociedad. Cabe mencionar que la definición tiene las siguientes dimensiones o categorías: económico, legales, éticas y filantrópicas de responsabilidad; estas dimensiones proporcionan en más detalle las diferentes acciones corporativas.

Carroll (1979), sostiene que las responsabilidades económicas y legales son 'requeridas', las responsabilidades éticas son 'esperadas' y las responsabilidades discrecionales / filantrópicas son 'deseadas'. Puesto que existe una distinción entre las responsabilidades tradicionales y las nuevas de la corporación, donde las responsabilidades clásicas de la corporación que están incorporadas en sus responsabilidades económicas y legales reflejan el antiguo contrato social entre las empresas y la sociedad. Alternativamente, las nuevas responsabilidades de la corporación que están incorporadas en las responsabilidades éticas y discrecionales / filantrópicas reflejan las nuevas, más amplios contratos sociales entre la empresa y la sociedad.

Dimensión Económica:

Las empresas cumplen con su responsabilidad principal como unidades económicas en la sociedad. Donde se observa que el principio de beneficio se estableció originalmente en términos de "Beneficios Aceptables"; sin embargo, el principio se transformó en "Maximización de beneficios". Siendo este último principio de la maximización de beneficios respaldada por la visión económica clásica liderada por el fallecido Milton Friedman (1962), según la cual "Hay una y solo una responsabilidad social de las empresas: utilizar sus recursos y participar en actividades diseñadas para aumentar sus beneficios siempre que se mantiene dentro de las reglas del juego, es decir, participa en la competencia abierta y libre sin engaños ni fraudes". La verdadera diferencia puede ser que la visión económica clásica no aprecia los efectos negativos a largo plazo de la aplicación del principio de maximización en el corto plazo. Por el contrario, la visión opuesta aplica el principio de maximización de los beneficios a largo plazo, lo que implica que dicho principio puede ser suprimido en determinadas consideraciones de corto plazo, Carroll (1979).

Según Chen, Huang, Yang y Dube (2018), las empresas pueden obtener una mayor percepción de RSC y respuestas más favorables de los clientes al centrarse en prácticas de creación del valor de la RSC en lugar de la RSE filantrópica o promocional. Según diversos autores e investigaciones anteriores indicaron que las actividades de RSC ejercen un mayor efecto en el desempeño financiero de las empresas (Casado-Díaz, Nicolau-Gonzálbez, Ruiz-Moreno, & Sellers-Rubio, 2014). Sin embargo, los estudios sobre la relación entre las actividades de RSE y el desempeño financiero han arrojado resultados inconsistentes, incluidos efectos negativos, positivos e insignificantes (Wang, Dou y Jia, 2016), Cabe resaltar que la perspectiva de la acción firme tiende a establecer el impacto de la RSE en el desempeño financiero.

Dimensión Legal:

La dimensión legal de las empresas se refiere a las obligaciones positivas y negativas impuestas a las empresas por las leyes y reglamentos de la sociedad en la que operan. Existe poco desacuerdo entre los distintos puntos de vista sobre RSC con respecto a lo que constituye las responsabilidades legales de las empresas. Donde se acepta el requisito de adhesión a las leyes y regulaciones de la sociedad. La diferencia realmente existe en cuanto a la naturaleza y alcance de tal obligación. Con respecto a la naturaleza de las obligaciones legales, algunos puntos de vista sostienen que la responsabilidad legal de las empresas constituye la totalidad de la responsabilidad de las empresas hacia la sociedad. Por otro lado, las leyes y regulaciones

constituyen sólo una categoría de la responsabilidad de las empresas hacia la sociedad. Por ejemplo, con respecto al alcance de las responsabilidades legales, algunos abogan por su expansión para abarcar más regulación, afirmando que la regulación es necesaria para el cumplimiento de la RSC, Carroll (1979).

Dimensión Ética:

Las responsabilidades de la empresa incorporan estándares, normas o expectativas que reflejan una preocupación por los consumidores, empleados, accionistas, la empresa y comunidad que se considera justa, respetando y protegiendo los derechos morales de las partes interesadas. La responsabilidad ética busca promover y perseguir metas sociales que vayan más allá de sus responsabilidades legales, la promoción y búsqueda va más allá del interés económico (Carroll,1979).

Dimensión Filantrópico:

según Carroll (1979), las responsabilidades filantrópicas son aquellas acciones corporativas que están en respuesta a las expectativas de la sociedad, como la participación activa en programas para promover el bienestar humano; como ejemplo, donaciones dirigidas a causas de educación, mejora de la comunidad, artes y cultivo, donaciones a organizaciones sin fines de lucro. Sin embargo, la filantropía no es un fenómeno nuevo y tiene un alcance global. La filantropía no solo se limita a donaciones monetarias, las corporaciones fomentan actividades filantrópicas a través de sus empleados y clientes como formas de colaboración e involucramiento de los mismos.

2.5. Desempeño Financiero

Para medir el desempeño financiero del negocio de la manera tradicional (por ejemplo, ingresos totales o retorno de la inversión), aumento del nivel de utilidades o ganancias de las empresas existen indicadores de crecimiento que miden el desarrollo del sector en relación con las ventas, activos y utilidades netas. Los indicadores de eficiencia miden la intensidad con que las empresas utilizan sus activos para generar ventas; entre los que sobresalen la rotación de la cartera, de los inventarios, de los activos fijos, de los activos operacionales y de los activos totales (Rivera,2020). Además, según el estudio realizado por Garcia et al (2019), otros indicadores que explican el desempeño financiero para determinar qué tan buena es la empresa,

se analizan en términos de ventas, desarrollo de nuevos productos (o servicio relacionado) y participación de mercado.

Los ratios de rentabilidad indican la forma en que la gestión de la empresa se lleva a cabo en las ventas, activos, utilidad, y muestran su adaptación al entorno, algunos ratios comúnmente utilizadas para medir la rentabilidad empresarial según Vause (2009) son:

- Ratio del margen neto o rentabilidad de los ingresos = $(\text{utilidad}/\text{ventas totales}) \times 100$
- Ratio del margen de utilidad bruta % de margen de utilidad bruta = $100 \times (\text{utilidad bruta}/\text{ingresos por ventas})$
- Ratio del margen de utilidad de operación % del margen de operación = $100 \times (\text{margen de operación}/\text{ingresos por ventas})$
- Ratio del margen de utilidad % del margen de utilidad antes de impuestos = $100 \times (\text{utilidad antes de impuestos}/\text{ingresos por ventas})$
- Ratio de Retorno sobre Activos ROA (Rentabilidad Económica) % de tasa de retorno sobre el activo = $100 \times (\text{utilidad}/\text{activos})$ % de tasa de retorno sobre capital = $100 \times (\text{utilidad}/\text{capital})$
- Ratio de Retorno sobre la Equidad ROE (Rentabilidad Financiera) = Resultado neto/efecto del apalancamiento financiero. Por ende, los ratios importantes para la medición del desempeño financiero del sector manufacturero son el ROA (Rentabilidad de los Activos) cuyo indicador de efectividad mide los beneficios que recibe la empresa y sus propietarios por la inversión realizada; el segundo ratio es el ROS (Rentabilidad de las Ventas) cuyo indicador busca medir el porcentaje que se agrega al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de tener un valor. Sin embargo, para el presente trabajo de recomendaría de manera complementaría el uso de diversas herramientas tales como el flujo de caja descontado, así también como el VAN y TIR para un mejor análisis de las diversas variables. No obstante, para el presente trabajo de investigación se estaría utilizando un cuestionario dividido en tres diferentes módulos según las variables de estudio (El cuestionario se encuentra validado y adjuntado al final en anexos del trabajo de investigación).

2.6. Sector manufacturero en economías emergentes

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016), el sector manufacturero se dedica a “la transformación mecánica o química de insumos y componentes en productos nuevos”. Según la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2017), no solo es la transformación a la que se hace referencia, sino también que los productos terminados estén disponibles para su distribución y su consumo.

Citando a la publicación de la Guía Metodológica de la Nota Semanal del Banco Central de Reserva del Perú (2006), este sector económico se subdivide en manufactura primaria y manufactura no primaria. El primer concepto es definido como el conjunto de “actividades industriales que están asociadas con la agricultura, pesca y minería.”; mientras que, las actividades de manufactura no primaria son todas las demás actividades y que tienen mayor relación con la demanda interna y el empleo.

Además, otro factor que evidencia su importancia en las economías emergentes es que, según el Banco Interamericano de Desarrollo (2021), en América Latina, la industria manufacturera es la fuente de más del 10% de empleos.

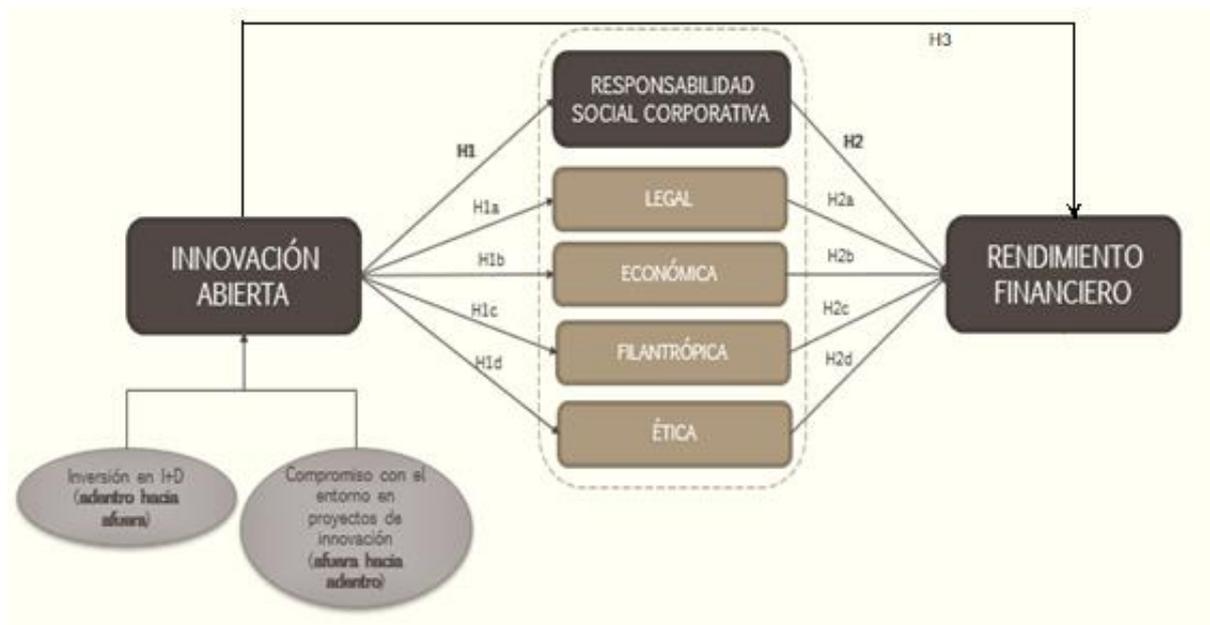
Por otro lado, es poco clara la definición de economías emergentes. Sin embargo, para Abbas Ali (2014) este tipo de economías tienen como característica el “enorme potencial para generar riqueza y empleo en el futuro en el mundo”.

A pesar de no existir un consenso sobre la definición del concepto “economía emergente”, sí se tiene claro su relevante aporte a la economía mundial. Tal como menciona Almansour et al (2014) en su publicación para el Fondo Monetario Internacional: “los mercados emergentes contribuyen a una parte significativa de la economía global, y lo que les importa es cada vez más importante para el panorama global”, asegurando así que el rumbo económico mundial está siendo cada vez más influenciado por las decisiones y proyecciones de los países con este tipo de mercados.

2.7 Formulación De Hipótesis

Para el presente trabajo se utilizará el siguiente modelo propuesto:

Figura 2. Modelo de Investigación Propuesto



Fuente: Elaboración propia

2.7.1 Relación entre Innovación Abierta y la Responsabilidad Social Corporativa

Con referencia a la innovación, esta se ha destacado como un factor de competitividad puesto que las empresas en busca de sus objetivos se enfrentan al desafío de adaptarse a las presiones del entorno. Sin embargo, la supervivencia de las empresas implica no solo cumplir con sus objetivos o maximizar las ganancias, sino también generar beneficios para las partes interesadas y las comunidades relacionadas (Yáñez-Araque, Hernandez, Gutierrez-Broncano, & Jimenez-Estevez, 2020).

Por ende, la innovación ha evolucionado y las empresas están adoptando modelos de negocio basados en la eco innovación (también llamado ambiental, sustentable o verde) este enfoque es relevante para abordar las preocupaciones ambientales tales como la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa. La inversión en actividades de innovación (por ejemplo, adquisición de conocimiento, introducción de innovación, adquisición de activos y otras actividades relacionadas) tiende a influir en la decisión de cooperar de las empresas ya que las empresas que invierten en actividades de innovación tienen más probabilidades de cooperar con actores diversificados para compartir conocimientos y riesgos (Mendes & Braga, 2021).

La innovación abierta (OI) corresponde inherentemente con el enfoque estratégico de la RSC y los conceptos están relacionados entre sí. Por un lado, los procesos de OI apoyan los esfuerzos de sostenibilidad de la empresa y la integración de sus objetivos sociales, ambientales y económicos. La adquisición de conocimiento de partes interesadas externas y la cooperación con terceros aumentan las posibilidades de innovación social corporativa que generaría un impacto social generalizado, significativo y sostenido e impulsa la ventaja competitiva de la empresa, proporcionando un sólido argumento comercial para la sostenibilidad. El enfoque estratégico de la RSC basado en la participación de las partes interesadas crea una cultura organizacional abierta y un entorno propicio para el desarrollo de estrategias de OI. Implica el compromiso de los empleados, el aumento de su conciencia y sensibilidad a los problemas sociales, así como el diálogo y la colaboración con las partes interesadas externas, fomentando la transferencia de conocimientos y los procesos de OI de afuera hacia adentro. El enfoque estratégico de la RSC proporciona los fundamentos para la revelación selectiva. En esta perspectiva, el proceso de IO de adentro hacia afuera se ve como una inversión social que conduce a la creación de valor social que fortalece el contexto competitivo de la empresa, por ejemplo, al ampliar el mercado, fortalecer la imagen de la empresa y aumentar el acceso a empleados altamente calificados y proveedores confiables. Estas iniciativas crean las condiciones para la generación de valor empresarial en el futuro (Roszkowska-Menkes, 2018).

La estrategia de RSC permite a la empresa construir relaciones amplias, profundas y basadas en la confianza con las partes interesadas. Este proceso puede ser reforzado adicionalmente por la OI saliente, la revelación selectiva instiga la confianza y fomenta la cooperación profunda. Como resultado, las partes interesadas están más dispuestas a compartir conocimientos y asociarse con la empresa, lo que estimula los procesos de OI entrantes y acoplados. De esta forma, la RSC y la OI forman un círculo virtuoso de creación de valor compartido (Alexy et al., 2013).

H1: La innovación abierta influye significativamente en la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes.

La globalización de información entre las diferentes compañías está generando un ambiente de nuevas oportunidades de mejora, tanto en el entorno interno como externo de la compañía. Así también, es crucial aclarar que muchas prácticas de desarrollo sostenible o

responsabilidad social empresarial no siempre están disponibles para todas las empresas, debido a diferentes limitaciones, es ahí donde toma un rol muy importante el hecho de encontrar alternativas innovadoras que se adecúen a las limitaciones de las compañías y que se enfoquen en estrategias que puedan apoyar la optimización de recursos y mejorar el estado del medio ambiente y su entorno empresarial.

La acción de generar actividades de RSC en las compañías orientan a un progreso a la generación de vínculos más arraigados con sus stakeholders. (Katila A., 2002). Estos stakeholders pueden beneficiarse mediante estrategias innovadoras abiertas como la interrelación entre las partes internas y externas de una organización, y mediante estas interacciones, encontrar nuevas oportunidades comerciales que puedan encontrarse dentro de las necesidades sociales e inquietudes ambientales. Finalmente, una organización podría elaborar un ambiente adecuado generador de acciones sostenibles para todos.

De lo anterior comentado, trataremos de evaluar la relación entre la innovación abierta y las distintas dimensiones de la RSC propuestas por Carroll:

H1a: La innovación abierta influye significativamente en la dimensión legal de la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes.

H1b: La innovación abierta influye significativamente en la dimensión económica de la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes.

H1c: La innovación abierta influye significativamente en la dimensión filantrópica de la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes.

H1d: La innovación abierta influye significativamente en la dimensión ética de la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes.

2.7.2 Relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y el Desempeño Financiero

Hoy en día, la praxis de una buena RSC en una compañía no solo genera que las empresas sean capaces de producir buenas actitudes y mejores comportamientos de respaldo con sus stakeholders, además de ello desarrolla un enfoque futuro de construcción de una buena imagen corporativa (Du et al., 2010). Si bien, en un inicio, el porcentaje de empresas grandes que practicaban el RSC era mayor al de otras empresas, estos están considerando la gran importancia de estas acciones para generar mejores resultados que los que han visto actualmente (Parque y parque, 2015; Al-Shuaibi, 2016). Como concepto y según revisiones en la literatura,

se observa que el RSC genera y fortalece los lazos entre una compañía y sus stakeholders, ya que se consideran sus inquietudes frente al impacto que podría acarrear la actividad de producción de la compañía en ellos (Cantele y Zardini, 2018).

En investigaciones anteriores, se ha tratado de evidenciar la relación del RSC con el desempeño financiero, es así que Yuan et al. (2020), encuentra que las prácticas de RSC devuelven un “valor agregado” a la compañía que lo ejerce. A su vez, es compatible con las principales iniciativas estratégicas de la empresa, lo que ayuda mucho para generar una ventaja competitiva. Al-Shuaibi (2016) detectó el vínculo entre la RSC y el desempeño por medio de una de sus investigaciones que lo llevó a recomendar que estas prácticas enfocadas en sus partes interesadas logran incrementar su desempeño mediante una nivelación en su productividad. Respecto a las empresas de diversos tamaños, hay varios autores que han confirmado que el RSC está ayudando a estas empresas a posicionarse en nuevos nichos de mercado con consumidores más selectivos y exigentes (Dey et al., 2018; Zhao, Meng, He, & Gu, 2019).

No obstante, no todas las investigaciones están completamente de acuerdo en una relación positiva entre estas dos variables, pues Petrenko et al. (2016) contrapesa los beneficios que puede conllevar una buena práctica de RSC con los costos que pueden acarrear realizarlo.

Debido a esta falta de aprobación unilateral, es importante seguir ampliando los estudios para determinar qué factores pueden distorsionar la relación e impacto directo entre estas dos variables (RSC - desempeño financiero). Es por ello, que se plantea la siguiente hipótesis:

H2: La responsabilidad social corporativa influye significativamente en el desempeño financiero en el sector manufacturero en economías emergentes.

H2a: La dimensión legal de la responsabilidad social corporativa influye significativamente en el desempeño financiero en el sector manufacturero en economías emergentes.

Los stakeholders de una organización contribuyen al desarrollo sostenible y el bienestar de la sociedad. En donde se cumpla con la legislación vigente y sobre todo que esté integrada en toda la organización y forme parte de su identidad, cultura y valores (Lopez et al, 2011)

H2b: La dimensión económica de la responsabilidad social corporativa influye significativamente en el desempeño financiero del sector manufacturero en economías emergentes.

A nivel de operaciones, si las empresas implementan mejoras en productividad, satisfacen a sus trabajadores, se ocupan de sus proveedores y atienden a sus grupos de interés; terminan por reducir el uso de recursos, sus costos, capacidades y capital, conduciendo así a un mejor desempeño financiero (Padilla et al, 2017)

H2c: La dimensión filantrópica de la responsabilidad social corporativa influye significativamente en el desempeño financiero del sector manufacturero en economías emergentes.

Según el estudio realizado por Valenzuela et al (2014) las empresas que implementan prácticas voluntarias aceptadas por la sociedad tendrían consumidores, trabajadores y proveedores más satisfechos y alineados a los objetivos de la organización, lo cual repercute significativamente sobre el rendimiento empresarial.

H2d: La dimensión ética de la responsabilidad social corporativa influye significativamente en el desempeño financiero del sector manufacturero en economías emergentes.

Según Jo y Na (2012) concluyeron que existe una relación negativa entre RSE y el riesgo de firmas controversiales (aquellas declaradas no éticas o socialmente irresponsables); confirmando que las empresas controversiales pueden reducir el riesgo y mejorar su imagen corporativa y reputación mediante el establecimiento de estrategias y programas socialmente responsables, afirmando que las empresas pueden mejorar su desempeño financiero invirtiendo en distintas formas de hacer el bien.

2.7.3 Relación entre la Innovación Abierta y el Desempeño Financiero

La innovación abierta es considerada una estrategia empresarial que genera un mayor nivel de rendimiento financiero a las empresas que la han implementado (Garcia, 2019). Hwang y Lee (2010) encontraron que la innovación abierta genera una relación inversa con la productividad de las empresas. Las empresas son capaces de aprovechar el conocimiento externo para su comercialización, y mayores niveles de utilidades. Sin embargo, adquirir mejor tecnología hace que las empresas tengan complicaciones para la aplicación e integración del conocimiento externo y los procesos de transformación. La adopción e implementación de las actividades de la innovación abierta es muy beneficioso en términos de retorno de las ventas, el crecimiento en las ventas, aumento del número de empleados e incremento significativo del

rendimiento financiero (Caputo et al, 2016; Zhang et al, 2018). Noh (2015) analizó el rendimiento a largo plazo encontrando que la innovación abierta no solamente afectaba las utilidades o ganancias de las empresas, sino también que mejoró sustancialmente los procesos de producción y los beneficios del mercado. Ahn et al(2015) concluye que las actividades de la innovación abierta están asociadas positivamente tanto con las ventas de las empresas como con el rendimiento financiero y que las pyme innovadoras se benefician de trabajar con socios no competidores, como clientes, consultorías/intermediarios, público e institutos de investigación.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

Para la presente investigación, se validará el modelo sustentado en las empresas del sector manufacturero en una economía emergente como la peruana.

Se elegirá estudiar a empresas peruanas, por ser una de las economías emergentes y la accesibilidad al ser el país desde donde se realiza la presente investigación.

El rubro de manufactura está conformado por 219,113 empresas (INEI, 2021), las cuales aportan el 4.2% en el Producto Bruto Interno del país (BCRP, 2021), siendo el rubro económico el segundo que más aporta a este indicador macroeconómico, solo por detrás del sector comercial.

Se analizará la información de 383 empresas del sector manufacturero. Se aplicarán cuestionarios al dueño o gerente de cada empresa, además de los gerentes de operaciones y gerentes a cargo de proyectos de innovación abierta e implementación de responsabilidad social.

Se recopilará información de manera complementaria de los estados financieros (Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados) además de los flujos de caja derivadas de una inversión en innovación abierta y a través de cuestionarios validados en estudios de investigación relevantes.

El cuestionario medirá la relación entre las dimensiones de las variables en estudio, ello será una adaptación de cuestionarios validados en estudios anteriores, tales como la encuesta adaptada de Kaplan y Norton 1996; Maignan y Ferrell (2000) sobre Responsabilidad Social Corporativa, la encuesta adaptada de Chesbrough (2003) y Wang et al. (2015) sobre Innovación Abierta y la encuesta adaptada de Mikalef y Pateli (2017) sobre Desempeño financiero.

Todos los cuestionarios que se aplicarán al dueño o gerente de cada empresa, además de los gerentes de operaciones y gerentes a cargo de proyectos de innovación abierta e implementación de responsabilidad social.

El proceso de análisis de los cuestionarios en estudio se realizará una sistematización de las respuestas abiertas que permitan obtener una visión más general.

Redactar un informe acerca de las respuestas de cada variable realizada a los encuestados y resaltar las conclusiones.

3.1 Justificación muestral

La unidad de análisis será una empresa del sector manufacturero de economías emergentes.

En cuanto al método de muestreo, se realizará un muestreo no probabilístico, y la selección de la muestra según la fórmula finita, teniendo como una población de 219,113 y por tanto la muestra de 383 empresas.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{N * z^2 * p * (1-p)}{e^2 * (N-1) + z^2 * p * (1-p)}$$

En donde:

N= Tamaño de la población

e= Margen de error (5%)

z= Valor para un nivel de confianza de 95%. En este caso es 1.96

p= Probabilidad de éxito. En este caso es 50%.

Con lo que, las características de nuestro estudio serían:

- Tipo de dato: Corte Transversal
- Método de Investigación: Cualitativo
- Instrumento de Investigación: Cuestionario de opción múltiple o preguntas abiertas por cada variable
- Método de recopilación: Cuestionarios físicos y/o digitales aplicados a gerentes y/o dueños de las empresas.

CONCLUSIONES

El aporte teórico del presente artículo se refleja en la literatura sobre los elementos mediadores entre la innovación abierta y el desempeño financiero. Asimismo, nuestra investigación contribuye con la literatura de responsabilidad social corporativa y distingue entre sus 4 dimensiones según Carroll (1979), las cuales son trascendentales ya que existen estudios que disgregan estos factores (Farooq et al., 2017). En general, se debería demostrar que las cuatro dimensiones de la RSE tienen diversos impactos frente al desempeño financiero.

El actual estudio proveerá de una visión más amplia que facilitará la toma de decisiones al directorio de las compañías, proporcionando así conocimientos empíricos sobre las estrategias de innovación abierta que puedan reflejar mejores resultados financieros. Esto en base al benchmarking o asociación que se realice por medio de la RSC. De esta forma, la validación de esta propuesta de investigación indicaría si un incremento en la capacidad innovadora de la compañía impacta en el desempeño financiero. La gerencia empresarial podrá validar que un óptimo desarrollo de innovación abierta dentro de la compañía mejorará las prácticas de RSC con sus stakeholders y, de esa forma, mantener una diferenciación de mercado. Es así, que las empresas podrían mejorar sus indicadores de desempeño financiero. El área de estrategia y operaciones podrá comprender que la innovación abierta proporcionará las herramientas adecuadas a la RSC para mejorar su rendimiento financiero.

RECOMENDACIONES

Para futuros estudios sobre el tema se recomienda enfocarse en el impacto de la innovación abierta en relación con los modelos de cuádruple o quíntuple hélice, los cuales generan un mayor aporte significativo en empresas de otros países a diferencia del modelo de tres hélices practicado en Perú.

También conocer la naturaleza de la relación entre la innovación abierta y RSC en cada uno de los países dónde se decida realizar el estudio y cómo se desenvuelve el modelo propuesto con otros estudios y realizar comparaciones.

El presente trabajo se centra en examinar el papel mediador de la RSC. Sin embargo, también se podría analizar o basarse en explorar el papel de otras variables a nivel de país, como por ejemplo la cultura nacional, el sistema financiero y los medios de comunicación.

Adicionalmente, se propone que el estudio también se pueda realizar con aplicación en startups, dado que estos hoy en día se encuentran en auge, ello también haciendo uso de las nuevas tecnologías, de las cuáles cada vez más apuestan a la innovación abierta y colaborativa y crear un valor social. debido a la transformación digital.

Es así, cómo la innovación abierta sugiere a las empresas ejecuten nuevas funciones que les permitan conectar y desarrollar nuevas estrategias con el fin de alcanzar resultados. En mayor medida, las startups están motivadas a mejorar sus indicadores de RSC y difundir la innovación de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahn, J., Minshall, T. y Mortara, L. (2015), Open innovation: A new classification and its impact on firm performance in innovative SMEs. *Journal of Innovation Management*, 3,33-54.

Alexy, O., George, G. y Salter, A. (2013), "De sentir la forma a dar forma al sentido: un modelo dinámico de capacidad de absorción y revelación selectiva", *Academy of Management Review*, Vol. 38, núm. 2, págs. 270-291, doi:10.2139 / ssrn.1639325.

Ali, A. (2014), "Reimagining the emerging economies", *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 24 No. 3, pp. 202-208. <https://doi-org.esan.idm.oclc.org/10.1108/IJCoMA-06-2014-0061>

Almansour, A., Aslam, AA, Bluedorn, J. y Duttagupta, R. (2014), "Are Emerging Markets Still On the Receiving End? ". Recuperado de <https://blogs.imf.org/2014/04/03/are-emerging-markets-still-on-the-receiving-end/>

Banco Central de Reserva del Perú (2006). Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Methodologica/Guia-Methodologica-08.pdf>

Banco Central de Reserva del Perú (2021) PBI por sectores. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/pbi-por-sectores>

Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://www.idbinvest.org/es/sectores/manufactura>

Benneworth, Paul, Pinheiro, Rómulo y Karlsen, James. (2017). Strategic agency and institutional change: Investigating the role of universities in regional innovation systems (RISs). *Regional Studies*. Volume 5, Numero 2. U.K. (Pp. 235-248).

Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C. y Poussing, N. (2019). RSC estratégica para la innovación en las pymes: ¿la diversidad importa? *Planificación a largo plazo*, 52(6). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.101913>.

Brink, T. (2018). La organización de proximidades dinámicas permite robustez, innovación y crecimiento: caso longitudinal de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en redes de empresas productoras de alimentos. *Gestión de marketing industrial*. <https://doi.org/10.1016/J.INDMARMAN.2018.04.005>.

Cabrera, M., López, S., y Serrano, A. (2017). Relevancia, pertinencia y socialización del conocimiento, ¿cómo contribuyen los investigadores a la innovación de Ensenada, México? *Regional Research. Investigaciones Regionales*, 37 (), 31-53

Caputo, M., Lamberti, E., Cammarano, A. y Michelino, F. (2016), Exploring the impact of open innovation on firm performance. *Management Decision*, No.54, 1789-1812.

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275>

Casado-Díaz, A. B., Nicolau-Gonzálbez, J. L., Ruiz-Moreno, F., & Sellers-Rubio, R. (2014). The differentiated effects of CSR actions in the service industry. *Journal of Services Marketing*.

Chen, X., Huang, R., Yang, Z., & Dube, L. (2018). CSR types and the moderating role of corporate competence. *European Journal of Marketing*.

Chesbrough, H. (2003a), "La lógica de la innovación abierta: gestión de la propiedad intelectual", *California Revisión de gestión*, Vol. 45, núm. 3, págs. 33-58.

Chesbrough, H. (2003b), *Innovación abierta*, Prensa de la Universidad de Harvard, Cambridge, MA.

Chesbrough, H. (2003c), *Innovación abierta: el nuevo imperativo para crear y sacar provecho de Tecnología*, Prensa de la Escuela de Negocios de Harvard, Boston, MA.

Chesbrough, H. (2012), "Innovación abierta: dónde hemos estado y hacia dónde vamos", *Investigar[1]Gestión de la tecnología*, Vol. 55 núm. 5, págs. 20-27, doi:10.5437 / 08956308X5504085.

Chesbrough, H. y Bogers, M. (2014), “Explicación de la innovación abierta: clarificación de un paradigma emergente para comprender la innovación ”, de próxima publicación, en Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W. y West, J. (Eds), Nuevas fronteras en innovación abierta, Oxford University Press, Oxford, págs. 3-28, disponible en: <https://ssrn.com/abstract52427233>.

Del Vecchio, P., Secundo, G., Rubino, M., Garzoni, A. y Vrontis, D. (2019). Innovación abierta en empresas familiares: Evidencia empírica sobre los flujos de conocimiento internos y externos. Diario de gestión de procesos de negocio. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2019-0142>.

Du, J., Leten, B. y Vanhaverbeke, W. (2014), Managing open innovation projects with science-based and market-based partners. *Research Policy*, 43, 828-840.

Eikelenboom, M. y de Jong, G. (2019). El impacto de las capacidades dinámicas en el desempeño de sostenibilidad de PYMES. *Revista de producción más limpia*, 235, 1360-1370. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2019.07.013>.

Erol, Selim y Klug, Siegrun. (2020). Together we are less alone: A concept for a regional open innovation learning lab. *Procedia Manufacturing*. Volumen 45, Número 4, United States (Pp. 540-545).

Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123

García, M., Maldonado, G., Alvarado, A. (2019) Innovación abierta y rendimiento financiero en la industria manufacturera de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 87, 826-842.

Ghanbarpour, T., & Gustafsson, A. (2021). How do corporate social responsibility (CSR) and innovativeness increase financial gains? A customer perspective analysis. *Journal of Business Research*.

Guillen, A. (2010). *Estrategias alternativas de desarrollo*. Instituto de Investigaciones Sociales –UNAM

Huggins, R., Prokop, D., & Thompson, P. (2019). Universities and open innovation: the determinants of network centrality. *The Journal of Technology Transfer*, 1-40.

Hwang, J. y Lee, Y. (2010), External knowledge search, innovative performance and productivity in the Korean ICT sector. *Telecommunications Policy*, No. 34 ,562-571.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016). Recuperado de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1178/anexo02.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021) *Demografía Empresarial en el Perú*. Recuperado de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_4.pdf

Jo, H., y Na, H.(2012), Does CSR Reduce Firm Risk? Evidence from Controversial Industry Sectors, doi:10.1007/s10551-012-1492-2, *Journal of Business Ethics*, 441-456

López, A., Contreras, R., & Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Cuad. admon.ser.organ*, 261-282

Mendes, T., & Braga, V. (2021). Vincular la responsabilidad social empresarial , la cooperación y innovación : el triple fondo perspectiva de línea.

Ministerio de Producción (2021) *Estudio MIPYME*. Recuperado de <https://ogeiee.produce.gov.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme#:~:text=M%C3%A1s%20de%201%2C7%20millones,peque%C3%B1a%20y%200.2%25%20mediana%E2%80%93>

Moretti, F. (2019). “Open” Lab? Studying the Implementation of Open Innovation Practices in a University Laboratory. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(01), 1950012.

Natalicchio, A., Petruzzelli, AM y Garavelli, AC (2014), “Una revisión de la literatura sobre los mercados de ideas: características emergentes y preguntas sin respuesta ”, *Tecnovación*, Vol. 34, núm. 2, págs. 65-76

Noh, Y. (2015), Financial effects of open innovation in the manufacturing industry. *Management Decision*, 53, 1527-1544.

Padilla,C.,Arévalo,D.,Bustamante,M.,Vidal,C. (2017) Responsabilidad social empresarial y desempeño financiero en la industria del plástico en Ecuador. *Información teconológica*,Vol 28(4), 93-102.

Portocarrero, F., Tarazona, B. y Camacho, L. (2006) Situación de la responsabilidad social empresarial en la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú Universidad del Pacifico. Lima Perú

Raunio, M., Nordling, N., Kautonen, M., & Räsänen, P. (2018). Open Innovation Platforms as a Knowledge Triangle Policy Tool–Evidence from Finland. *Форсайт*, 12(2 (eng)).

Rivera Godoy, J. A. (2020). Rendimiento contable y eva en la pyme de la industria del cuero, calzado y marroquinería en Colombia. *Universidad & Empresa*, 22(38), 131-159.

Roszkowska-Menkes, M. T. (2018). Integrating strategic CSR and open innovation. Towards a conceptual framework. *Social Responsibility Journal*, 14(4), 950–966. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2017-0127>

Saltos, G., Odriozola, S., y Ortiz, M. (2018). La vinculación universidad-empresa-gobierno: una visión histórica y conceptual. *Revista ECA Sinergia*. e-ISSN 2528-7869. Junio - Diciembre 2018. Vol. 9 N°2, págs. 121-139. Ensayo. Edición continua

Schiuma, Giovanni y Carlucci, Daniela. (2018). Managing strategic partnership with universities in innovation ecosystems: A research agenda. *Journal of Open Innovation and Technology Marketing Complexity*. Volumen 4, Numero 3, Switzerland (Pp. 25-35).

Singh, SK, Gupta, S., Busso, D. y Kamboj, S. (2019). Valor del conocimiento de la alta dirección, intercambio de conocimientos prácticas, innovación abierta y desempeño organizacional. Revista de investigación empresarial. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.04.040>

Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2017) Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/innovacion-en-el-sector-manufacturero>

Soto Vázquez, R. e. a. (2006). Vinculación Universidad-empresa-estado en la realidad actual de la industria farmacéutica mexicana. Edusfarm, revista de educación superior en Farmàcia,2

Valenzuela,L., Jara,M. y Villegas,F. (2014). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. Revista de administración de empresas, 55,329-344.

Vause, B. (2009). Guide to Analysing Companies. Bloomberg Press, (5ª Ed.)

Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business & Society*, 55(8), 1083-1121.

Yáñez-Araque, B., Hernandez-Perlins, F., & Moreno-Garcia, J. (2017). From training to organizational behavior: A mediation model through absorptive and innovative capacities. *Frontiers in Psychology*, 8, 1532. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01532>.

Zhang, S., Yang, D., Qiu, S, Bao, X. y Li, J. (2018), Open innovation and firm performance:Evidence from Chinese mechanical manufacturing industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, No.48, 76-86.

ANEXOS

CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN:

Encuesta adaptada de Kaplan y Norton 1996; Maignan y Ferrell (2000) sobre Responsabilidad Social Corporativa

Las razones por las que mi empresa mide el desempeño son:

Marque con una X las que considere relevantes.

- Comunicar la estrategia a los trabajadores
- Comunicar la estrategia a los stakeholders externas
- Comunicar la dirección de la compañía
- Establecer y comunicar la posición comercial
- Revisar la estrategia comercial
- Desafíe los supuestos de la estrategia
- Gestionar la implementación de la estrategia
- Planificar las acciones estratégicas de la empresa con RSC

En comparación con el promedio de la industria, ¿cómo calificaría el desempeño de su empresa en los dos últimos años en términos de los siguientes indicadores?

Describir los puntos relevantes de cada item.

1. Apoyar a los empleados que adquieren educación adicional.
2. Implementar políticas flexibles de la empresa para permitir que los empleados coordinen mejor el trabajo y la vida personal.
3. Dar contribuciones adecuadas a organizaciones benéficas.
4. Usar un programa implementado para reducir la cantidad de energía y materiales desperdiciados en nuestro negocio.
5. Fomentar las asociaciones con empresas y escuelas locales en beneficio de la sociedad.
6. Mejorando la sostenibilidad a través de nuestros diseños de productos.
7. Mejorar la sostenibilidad a través de nuestras políticas / procesos de devolución de productos.
8. Mi empresa tiene una filosofía operativa de alta dirección de fuerte énfasis en investigación y desarrollo, liderazgo tecnológico e innovaciones Fuerte propensión a inversiones de alto riesgo y alto rendimiento.

9. Estrategia de crecimiento principalmente a través de financiamiento externo (préstamos, emisiones de capital, etc.).
10. Filosofía muy competitiva de “deshacer a los competidores”.
11. Movilizar recursos tangibles para lograr metas.
12. Movilizar recursos intangibles para perseguir metas.

Encuesta adaptada de Chesbrough (2003) y Wang et al. (2015) sobre Innovación Abierta

A continuación, se muestra una serie de preguntas, por favor de responder:

1. ¿Su empresa dedica recursos y fondos para respaldar proyectos de innovación?
2. ¿Su empresa invierte en investigación y desarrollo (I + D)?
3. ¿Su empresa financia proyectos experimentales y se da cuenta de que algunos de ellos sin duda fallará?
4. En una etapa temprana, ¿las ideas innovadoras se prueban con los clientes?
5. Si una idea innovadora no pasa la prueba del cliente, ¿el proyecto se cancela?
6. ¿Los empleados son competentes en la gestión de proyectos?
7. ¿La coordinación y comunicación entre las unidades de negocio y los equipos de proyecto es oportuna y eficiente?
8. ¿Los procesos existentes y las herramientas de toma de decisiones apoyan cada etapa del desarrollo de la innovación?
9. ¿Se establece claramente cuándo proceder con el desarrollo de productos / servicios innovadores, cuándo cortarlo, aumentar / disminuir la inversión, etc.?
10. ¿Herramientas de gestión de proyectos de innovación existentes apoyan para lograr una velocidad de innovación satisfactoria, retorno de la inversión y resultados?

Encuesta adaptada de Mikalef y Pateli (2017) sobre Desempeño financiero

A continuación, se muestra una serie de preguntas, por favor de responder:

1. ¿Las ventas de la compañía aumentan más del 20% anual?
2. ¿Las ventas de la compañía aumentan más rápidamente que las ventas de la competencia?
3. ¿La compañía crea más productos / servicios por año que la competencia?
4. ¿Los nuevos productos / servicios de la compañía reciben mejores evaluaciones que los nuevos productos / servicios de la competencia?