



“Retos de las Ciencias Administrativas desde las Economías Emergentes: Evolución de Sociedades”

Directora de la Edición del E-BOOK:

Dra. María F. Fonseca Paredes.

Coordinador de la Edición:

Dr. Mario González Valdés.

Diseño de Portada:

Mtra. María de Los Ángeles Ramos Solano.

Colaboradores en la edición:

José Francisco Ruiz Martínez.

Sergio Carlos Pérez Echeverría.

Ángel Méndez Ávalos.

ISBN: 978-607-501-087-8

Queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización por escrito del editor. Todos los derechos reservados.

© Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

2012



Enfoque estratégico para la gestión de la tecnología e innovación en las PYME: propuesta para la identificación del patrimonio tecnológico.

PF609

Evaluación de una ciudad digital aplicando la Metodología del manual de desarrollo de Ciudades Digitales en Iberoamérica. Caso de estudio: municipio de Chihuahua.

PF700

Líneas de Investigación en Innovación y niveles de Vinculación entre organizaciones públicas y privadas.

PF702

Las relaciones de proveedores como estrategia de integración para elevar la innovación y competitividad del ramo automotriz en Aguascalientes.

PF744

CAPÍTULO 11. INGENIERÍA Y GESTIÓN DE SISTEMAS.

Aplicación del proceso analítico de jerarquización de Saaty y la Matriz de Pugh en la selección del personal docente de posgrado.

PF125

¿Desarrollo sustentable, sostenible o simplemente desarrollo?

PF179

Las energías renovables: Evolución de las sociedades.

PF197

Determinación del potencial de las TICs en la organización.

PF246

La investigación aplicada y la investigación tecnológica precursoras de la innovación social.

PF429

La Cadena Crítica de Valor como una estrategia de TI desde la perspectiva de los stakeholders.

PF442

SUCAVI, una apuesta hacia la competitividad y sustentabilidad.

PF444

Una perspectiva de los modelos de madurez para el análisis de las capacidades de las organizaciones que integran la cadena de suministro.

PF487

Problemas y bases identificadas para la propuesta de modificaciones a los propósitos del Modelado de Procesos de Negocio.

PF510

Evaluación de escenarios: una revisión descriptiva de su literatura.

PF569

Administración del Sistema Satelital Mexicano (MEXSAT).

PF708

La creación de valor compartido y la innovación social como factores de sinergia para el desarrollo económico.

PF721

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

La creación de valor compartido y la innovación social como factores de sinergia para el desarrollo económico.

Heriberto Niccolas Morales*, Jaime Garnica González*, Arturo Torres Mendoza*

*UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO.

Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería.

Mineral de la Reforma, Hidalgo

Email: hnicolas@uaeh.edu.mx

Teléfono: (771) -71-7-20-00 ext. 4001

Resumen:

El presente trabajo hace una reflexión del concepto de Creación de Valor Compartido propuesto por Michael Porter y Mark Kramer y de Innovación Social, como factores que pueden desencadenar sinergia para el desarrollo económico de regiones o zonas con economías emergentes como la de México. En torno a esos dos conceptos se plantean ideas que dan origen a un modelo conceptual que ilustra cómo se articulan los diferentes actores implicados en el desarrollo regional y se pueden generar resultados de mayor alcance e impacto por la interacción y colaboración de las partes.

Palabras clave: Innovación, Estrategia, Valor compartido

1. Introducción:

A raíz de la crisis económica mundial que inicio a finales de 2008, la sociedad percibe a la actuación de las grandes corporaciones transnacionales como una de las principales causas de problemas económicos, sociales y ambientales que la aquejan, lo que ha cambiado el sentido de pertinencia y los significados. De cierta forma la confianza que se debería de tener hacia el mundo de los negocios, ha disminuido considerablemente, por el abuso en la externalización de los costos. Es decir, cargar parte de los costos a la sociedad ya sea en la fase de extracción, producción, comercialización o desecho, manifiestos a través de los precios bajos por las materias primas, los bajos sueldos y salarios de la mano de obra ya sea en el sector formal, o en el sector informal, así como depredar territorios, y por contaminar las aguas, el aire, y el suelo. Una gran parte de culpa es de las propias empresas, ya que continúan aplicando el enfoque antiguo de la obtención de beneficios optimizando el rendimiento financiero a corto plazo, sin tomar en cuenta las necesidades reales de los clientes, y sin considerar los horizontes de desarrollo futuro que ofrecen beneficios a largo plazo.

Por otra parte, en los primeros años del siglo XXI, las estrategias de responsabilidad social de las empresas están evolucionando desde proyectos que se orientan más a la filantropía, hacia propuestas más integradas, generadas y sustentadas en el diálogo y consenso con los diferentes grupos de interés de las empresas (Shareholders y Stakeholders) y considerando a los diferentes actores sociales (FLV, 2011).

Desde la perspectiva del pensamiento sistémico (holístico), parece ser que la solución es, que tanto las empresas y el gobierno, así como la sociedad unan esfuerzos para obtener un beneficio en común que conlleve a la creación de valores económicos y beneficios sociales de manera interrelacionada, para que la sociedad sea capaz de enfrentar y superar efectivamente sus necesidades y desafíos, y esto en consecuencia impacte en las empresas insertas en la misma.

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

La Creación del Valor Compartido (CVC) es una propuesta difundida por Michael Porter, reconocido profesor de la Universidad de Harvard, y Mark R. Kramer, cofundador de la firma de consultoría FSG, mediante la cual se busca incentivar al mundo empresarial para que genere innovaciones en sus procesos y actividades de negocios, tomando en cuenta el entorno social en el que se desenvuelve y con el que mantiene una intensa interacción, sin menoscabo de la búsqueda y obtención de ganancias. La idea básica es pensar y actuar de manera integral y consciente sobre las necesidades que prevalecen en la sociedad y los beneficios que se pueden alcanzar en el sector social, a través de la actuación empresarial.

La aplicación de valores de solidaridad y subsidiaridad en una organización deben ser orientados hacia todos los elementos que la integran para que aprendan a desenvolverse libre y razonadamente por una escala de valores compartidos y una actuación ética que los regule. La Creación de Valor Compartido, puede ser una estrategia efectiva para las empresas que buscan mantener su ventaja competitiva y desempeño exitoso en un mundo globalizado, desarrollando la capacidad de aprender a valorar con el uso de la razón y la voluntad, las acciones que buscan lo bueno, justo, noble y valioso, para el binomio Sociedad-Empresa.

Este enfoque puede contribuir a generar sinergias entre la empresa y el sector educativo, así como con los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal), de modo que la investigación y desarrollo de las Instituciones de Educación Superior (IES) soporte el motor de la innovación en las empresas en beneficio de la sociedad. Las Instituciones de Educación Superior (IES) actualmente enfrentan una serie de retos y nuevas demandas que la sociedad moderna y el mundo globalizado le imponen. Uno de los más importantes es la exigencia explícita de participar en el desarrollo nacional y la innovación social, no sólo en las formas tradicionales, de formar profesionistas, en su función docente de formación del talento humano, investigación y extensión, sino también en la solución de las necesidades sociales, entre las cuales se cuentan las de los sectores social y productivo.

2. EL DESGASTE DEL SISTEMA CAPITALISTA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Las compañías deben de tomar en cuenta el agotamiento de los recursos naturales que ellas mismas necesitan, la viabilidad de los proveedores y la situación de la comunidad en la cual producen y venden. Actualmente resulta relativamente fácil comprar o adquirir bienes o servicios, por la variedad de productos, la innovación en procesos, los precios bajos y las facilidades crediticias en un sistema económico que empieza con los procesos de extracción ilimitados de las materias primas que luego industrializa, comercializa y deshecha; todo ello sin considerar los límites en la capacidad de abastecimiento de los recursos naturales del planeta, sin tener en cuenta los problemas que causa la explosión demográfica, la degradación natural de los desechos o la capacidad que se tiene para reciclar residuos.

Se podría decir, que uno de los grandes errores del sistema capitalista durante el Siglo XX fue haber externalizado los costos de la producción de bienes y servicios. El término "externalizar costos" se refiere a todos esos costos de hacer negocios que son cargados a otros para que el productor no los tenga que pagar. Dicho término es más fácil de entender tomando como apoyo el documental "The Story of Stuff" (La historia de las cosas), en el cual se presenta una visión crítica de la sociedad consumista y se expone de manera muy clara y sencilla las conexiones entre un gran número de problemas sociales y del ambiente (Free Range Studios y Priggen, E., 2007). Este material convoca a todas las personas que habitamos el planeta a crear un mundo más sostenible y justo. El video describe la economía de materiales, un sistema compuesto por extracción, producción, distribución, consumo, y residuos, mismo que se extiende con personas, el gobierno, y la corporación (empresa transnacional). La tesis principal que expone es que no es posible operar un sistema lineal indefinidamente en un planeta finito.

Hay muchos ejemplos que ilustran esta situación. Uno es el de la fábrica que lanza gases contaminantes a la comunidad, causando asma y cáncer, y que está

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

externalizando costos de producción, cargándoselos a las personas, que posteriormente tendrá que cubrirlos con sus servicios de salud. Externalizar costos le permite a los dueños de las compañías maximizar sus ganancias, mientras que mantienen los precios de sus productos bajos. Es por eso que un aparato electrónico puede venderse por cinco dólares, aunque producirlo contamine las aguas potables del lugar donde se manufactura, enferme a los trabajadores que los fabrican, y genere una cantidad importante de tóxicos en el camino.

En el enfoque tradicional, tampoco se toma en cuenta que el sistema productivo de la economía corporativa al interactuar con el medioambiente, destruye los bosques, las fuentes de agua, los medios de vida de la poblaciones indígenas, genera las condiciones socio económicas para conseguir mano de obra barata calificada y no calificada; y fomenta los movimientos migratorios del campo a las ciudades. Es así como empiezan a proliferar los asentamientos urbanos marginales, sin servicios básicos, sin seguridad, y sin un futuro.

Por esa razón, es que en los últimos quince años, hemos observado como gobiernos, grupos activistas y los medios de comunicación se han vuelto adeptos a buscar la rendición de cuentas de parte de las empresas por las consecuencias sociales de sus actividades. Actualmente una gran cantidad de organizaciones confeccionan rankings de empresas y organizaciones de acuerdo a sus desempeños en responsabilidad social corporativa y reciben una considerable atención por parte de la sociedad. Como resultado, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha emergido como una prioridad para los líderes de negocios y de organizaciones en todos los países (Porter y Kramer, 2006).

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también denominado Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge al unir la responsabilidad de la empresa, sustentada en su libertad a la hora de tomar sus decisiones de acción, y el modelo de empresa plural y emergente, en el que aparecen diferentes grupos de interés o stakeholders.

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

La RSC se define de acuerdo al Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa¹, como la forma de conducir a las empresas que se caracteriza por considerar los impactos que tienen todos los aspectos de las actividades que generan, sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Esto implica también el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional vigente en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto (ORSC, 2012). Los principios que rigen la RSC de acuerdo al Observatorio de RSC, son cinco:

- 1) La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, entre otros).
- 2) La RSC es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de negocio de la empresa, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad. Afecta por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.
- 3) La RSC comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.
- 4) La RSC se manifiesta en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico.
- 5) La RSC se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

¹ El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa es una iniciativa generada en España y tiene como propósito aunar opiniones, conceptos e iniciativas y crear una entidad de referencia capaz de impulsar la educación y divulgación necesarias sobre el tema. El ORSC nace en el año 2004, de la mano de un conjunto de organizaciones representativas de la sociedad civil.

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

Dichos principios pretenden aminorar el impacto negativo de las empresas en general y de las multinacionales en particular, sobre los derechos sociales, laborales, el medioambiente y en definitiva, sobre los Derechos Humanos.

Para una empresa la relación con sus grupos de interés siempre resulta un tema complicado. Desde identificar a aquellos grupos prioritarios que pueden influir en la empresa y en los que la empresa puede influir, hasta buscar los canales más apropiados para conversar con ellos y qué a través del dialogo se pueda llegar a un verdadero punto de unión y entendimiento. Con el artículo de “Estrategia y Sociedad”, Porter y Kramer abrieron la vía para tener en cuenta a todos los stakeholders que pueden estar relacionados, de una manera u otra, con la cadena de valor (CV) de la empresa, lo que hace que estos sean más fáciles de identificar a través de los problemas sociales reconocidos en dicha cadena. Debido a estas complicadas relaciones con los grupos de interés y la habitual tensión entre sociedad y empresa, se hace cada día más importante el diálogo con los stakeholders.

Porter y Kramer también han señalado que los enfoques predominantes de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) están tan fragmentados y tan desconectados de los negocios y de la estrategia que oscurecen o impiden visualizar muchas de las mejores oportunidades que tienen las empresas para beneficiar a la sociedad (Porter y Kramer, 2006).

Estos autores argumentan que, si en lugar de eso las corporaciones analizaran las diferentes alternativas de responsabilidad social bajo los mismos marcos que orientan sus decisiones de negocios, descubrirían que la RSC puede ser mucho más que un costo, una limitación o un acto de beneficencia o filantropía. La propuesta de Creación de Valor Compartido, busca nulificar o neutralizar los desastrosos efectos de la externalización de costos y puede ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva.

3. MÉXICO EN EL CONTEXTO DE LAS ECONOMÍAS EMERGENTES

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

Las empresas de hoy cada vez dan más cuenta de que el éxito en los negocios no depende sólo de la obtención de ganancias o generación de riqueza, sino que se requiere de contribuir con todos los que participan en ellas para hacerlas más competitivas y de esa manera estar en mejores condiciones de enfrentar un mundo globalizado.

Los países emergentes son aquellos que siendo una economía en vías de desarrollo, comienza a crecer con su propio nivel de producción industrial y sus ventas al exterior. De esta manera, aparece como competidor de otras economías más desarrolladas (Rombiola, 2011). Se denomina economía emergente a la situación de un país en la que se pasa de una economía de subsistencia a una de fuerte desarrollo industrial. Los economistas señalan que las características básicas que deben tener estos países son: Incipiente industrialización, Mercado interno en crecimiento constante, Producción generada en el sector primario, Tecnologías no desarrolladas, Dependencia económica y financiera del exterior, mediana, y Presencia mediana en el mercado mundial.

México ha sido incluido en la mayoría de las categorías de economías emergentes, incluso se ha considerado como del grupo de emergentes avanzadas. El bloque más representativo es el denominado BRIC, en el que se ubican Brasil, Rusia, India y China. Las características que le dan a México la singularidad de emergente, de acuerdo a Julio Millán, son su bono poblacional, la capacidad exportadora, y la industrialización manufacturera, entre otros aspectos. Sin embargo, esto no ha podido reflejarse en altas tasas de crecimiento para el país, además de que las tasas de crecimiento promedio de la última década han sido mucho menores a las de la mayoría de las economías emergentes e incluso inferiores al promedio mundial. México ha perdido competitividad a nivel internacional debido a insuficiencia de infraestructura, mala calidad de las instituciones, rezagos en la formación de recursos humanos, e insuficiencia de financiamiento a la industria (CISC, 2011).

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

Tomando como base el ranking de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, en 2010 México perdió 6 lugares, ubicándose en la posición 60 de 133 países. Mientras que China y Brasil han elevado su posición a través políticas industriales, mercados financieros vinculados con la industria, y sofisticación en los negocios, entre otros aspectos. Mucho se ha mencionado entre los grupos empresariales y políticos del país, que algunos de los problemas de México podrían resolverse con reformas estructurales.

La misma Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) ha expresado en reiteradas ocasiones y en distintos foros, que estos cambios son impostergables. Como señala Millán, la falta de crecimiento económico es un tema más profundo que se desprende del modelo económico en sí mismo, ya que la política económica se ha orientado principalmente a mantener la estabilidad, pero adolece de una política integral que fomente el crecimiento. Incluso se ha caído en el exceso de confianza de que el mercado generará crecimiento en base al comercio e inversión extranjera, cuando no se han creado suficientes mecanismos de transmisión de conocimientos, procesos de innovación, ni incentivos para articular cadenas productivas o industrias de alta tecnología.

De acuerdo con el informe, *Global Development Horizons 2011—Multipolarity: The New Global Economy (Horizontes del desarrollo mundial 2011. Multipolaridad: La nueva economía mundial)*, elaborado por el Banco Mundial, se estima que, como grupo, las economías emergentes crecerán en promedio 4.7% anual entre 2011 y 2025. En tanto, las economías avanzadas crecerán, según los pronósticos, 2.3% en el mismo período. Para 2025, las seis principales economías emergentes (Brasil, China, India, Indonesia, Corea del Sur y Rusia) representarán más de la mitad del crecimiento mundial total, y es probable que el sistema monetario internacional ya no esté dominado por una sola moneda (BM, 2011).

El reporte destaca que México es el menos probable como un centro de crecimiento de lo que se esperaría dado el tamaño de su economía respecto a la derrama internacional. Es decir, México, se ubica como un país rezagado entre economías

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

emergentes. Lo anterior es preocupante, ya que pone en relieve que el crecimiento del país se apoya principalmente en el consumo interno, a diferencia de economías como China y Corea, en las que se otorga mayor peso a las exportaciones.

El Banco Mundial advierte que las economías emergentes, cuyo crecimiento solía depender de la adaptación tecnológica y la demanda externa, deberán introducir cambios estructurales para sostener el impulso de su crecimiento mediante mejoras de la productividad y una sólida demanda interna (BM, 2011). Lo anterior, pone de manifiesto la importancia y urgencia que tiene la articulación entre gobiernos, empresas e instituciones de educación superior para generar arquitecturas de negocio innovadoras, que reconozcan y traduzcan las necesidades del entorno y su dinámica. Los esfuerzos conjuntos entre la iniciativa privada, el sector público y la academia son indispensables para que México eleve su posición frente a estas economías.

Se considera como indispensable comenzar un proceso de industrialización de alto valor agregado. Ello requiere de incrementar los incentivos al crédito privado para fortalecer el sector industrial, generar políticas de integración del sector secundario con el primario y terciario, entre otros elementos. Así mismo, se requieren implementar mecanismos que permitan dinamizar el mercado interno, para fortalecer una industria que no sea dependiente del sector externo. Esto se tendrá que dar en un contexto macroeconómico y político propicio que combine el funcionamiento de un marco normativo y laboral, donde se pueda cimentar las bases para mejorar un sistema educativo y la infraestructura pública de acuerdo con los planes de la industria nacional con una visión de largo plazo, que vayan en línea con las necesidades del país y del sector secundario. En suma, el sector empresarial mexicano, en su conjunto no ha sido capaz de generar una dinámica de innovación que potencialice procesos, sistemas de apoyo, productos y servicios con un enfoque de creación de valor compartido, que incida en el desarrollo económico paralelamente al beneficio social, ya que este tema se ha relegado al sector público que ha mostrado tener más limitaciones en algunos aspectos para generar transformaciones.

4. COMPARTIR VALOR PARA COMPETIR EN EL SIGLO XXI

Porter y Kramer señalan que la legitimidad de los negocios ha caído a niveles no vistos en los últimos años. Las compañías deben asumir el reto de unir a la sociedad y los negocios nuevamente (Porter y Kramer, 2011). El reconocimiento de esto se encuentra ya en el pensamiento de líderes de los negocios más evolucionados (Google, IBM, Intel, Johnson & Johnson, Nestlé) dando un prometedor surgimiento de un nuevo modelo. La solución descansa en el principio de “Valor Compartido”, el cual implica la creación de valor económico en una forma que también crea valor para la sociedad, al atender sus necesidades y retos, por lo que los negocios deben reconectar el éxito de las empresas con el progreso social. El propósito de las multinacionales y empresas debe ser redefinido para Crear Valor Compartido, no sólo ganancias por sí mismas. Esta idea conducirá la nueva ola de innovación e incremento de la productividad en la economía global, de acuerdo a los autores.

El valor compartido se crea partiendo de oportunidades de negocio para las empresas, o de las barreras que impiden dichos negocios, analizando cómo se pueden resolver a la vez que se cubre una necesidad social, apoyándose en los recursos y conocimientos de la empresa.

El concepto de Creación de Valor Compartido puede ser definido como la práctica de políticas y operaciones que incrementan la competitividad de las empresas mientras de manera simultánea avanzan y mejoran las condiciones económicas y sociales en las comunidades en las cuales operan. También se refiere a expandir la fuente de ingresos de la economía y el valor social. Un buen ejemplo de esta diferencia en perspectiva es el movimiento de comercio justo en las adquisiciones, promoviendo el incremento de la proporción de ganancias que se destina a los agricultores pobres, pagándoles un precio más alto por sus cosechas. Hay tres formas diferentes con las cuales las empresas pueden crear valor social:

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

a) *Por la reconceptualización de productos/servicios y mercados.*- Las necesidades de la sociedad son enormes (salud, mejor vivienda, nutrición, seguridad financiera, menor daño ambiental) por lo que las empresas deben entender las señales que indiquen si los productos son realmente buenos para los clientes (identificar las necesidades, beneficios buscados y daños que pueden tener los productos); proveer productos útiles a grupos de población de bajos ingresos y con desventajas (Kenia – Vodafone – Servicio de Banca móvil, India – Thomson Reuters – Información agrícola); y rediseñar productos o métodos de distribución.

b) *Redefiniendo la productividad en la cadena de valor.*- Manteniendo congruencia entre el progreso social y la productividad en la cadena de valor, lo cual implica no solo ejercer prácticas ambientalmente amigables (ahorro de energía y logística), sino procurar compras a pequeñas empresas o firmas locales, así como utilizar nuevos modelos de distribución (Google Scholar - Textos escolares), mejorar la capacitación del personal y su desempeño e implementar programas de salud ocupacional. Todas estas prácticas innovadoras no solo reducen costos sino que además generan un gran valor compartido que la mayoría de empresas han ignorado en sus operaciones.

c) *Desarrollando industrias de soporte en los clusters locales.*- El éxito de una empresa depende de las compañías y la infraestructura (carreteras, aeropuertos, hospitales) que está a su alrededor. Los clusters no sólo están compuestos por otras empresas, sino también por otro tipo de instituciones, programas académicos, organizaciones de comercio, universidades, centros de investigación, que junto con leyes de competencia justa y transparencia en los mercados posibilitan prosperidad económica, algunos ejemplos son: Nestle con su producto Nespresso, Yara, que elabora fertilizantes en África, el Triángulo de Investigación de Carolina del Norte.

Cada una de estas formas es parte de un círculo virtuoso de Valor Compartido, mejorando el valor en un área se da la posibilidad de impulsar oportunidades en otras. La capacidad de crear ganancias compartidas aplica de igual forma en economías

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

avanzadas como en países en desarrollo, aunque las oportunidades específicas pueden cambiar.

Una nueva generación de ONG's está entendiendo la importancia de productividad y creación de valor (Root Capital – Financiamiento a campesinos y negocios). Este caso ilustra como a partir de detectar y entender una necesidad se puede crear valor compartido, ya que estas personas o negocios son muy grandes para el mercado de microfinanzas pero muy pequeños para el mercado financiero tradicional. La proliferación de “empresas híbridas”, es decir, aquellas que crean condiciones sociales favorables y obtienen ganancias significativas desde el punto de económico, son un ejemplo de cómo es posible crear valor compartido, desdibujando más el límite que existe entre lucrativo y no lucrativo, por ejemplo: WaterHealth International, que utiliza técnicas innovadoras en la purificación de agua para distribuirla a personas en la India que habitan en poblaciones rurales (Porter y Kramer, 2011).

Todos los esfuerzos van a requerir una nueva premisa: el valor compartido solo puede ser el resultado de una efectiva colaboración entre las partes. A partir de las competencias e intereses clave de una empresa, es mucho más fácil maximizar el impacto social, y a la vez beneficiar a la propia empresa. Partir de las necesidades y capacidades de la empresa es el primer paso para poder generar valor compartido, y que los proyectos sociales y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) generen innovación y ventajas competitivas para las mismas.

Es importante hacer notar que RSC y CVC por sus siglas en español, difieren en cuanto a alcance y forma de conceptualización de las intervenciones de una empresa en la sociedad. En la tabla 1 se muestran estas diferencias de acuerdo a lo expuesto por Porter y Kramer.

Tabla 1. Diferencias entre Responsabilidad Social Corporativa y Creación de Valor Compartido.

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

RSC	CVC
Valor: Hacer el bien	Valor: Beneficios económicos y sociales relativos al costo
Ciudadanía, filantropía, sostenibilidad	Creación de valor conjunto entre la empresa y la comunidad
Voluntario o en respuesta a presiones externas	Parte de la competitividad y la búsqueda de ventaja competitiva
Separado de la maximización de beneficios	Integrada a la maximización de beneficios
Acciones determinadas por requerimientos de reportar información y preferencias personales	Acciones son específicas a la empresa y determinadas internamente
Impacto limitado por el presupuesto de RSE	Realigna el presupuesto de toda la empresa

Fuente: Porter, M.E.; Kramer, M.R. (2011). "Creating Shared Value". Harvard Business Review, Enero-Febrero, 2011.

El enfoque de creación de valor compartido le da congruencia a la productividad y progreso social, la sinergia aumenta y se inventan nuevas formas de operar. Sin embargo son pocas las compañías que hasta ahora han adoptado este nuevo enfoque, a pesar de que los beneficios positivos de la aplicación del enfoque permiten la sustentabilidad. Algunas de estas ventajas se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Beneficios positivos de la Creación de Valor Compartido.

<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la gestión de los riesgos de calidad, salud, seguridad, y sociales. • Mejora de la imagen de marca y la reputación de las compañías. • Atracción y retención del cliente: (ventaja competitiva). • Estructura organizacional transversal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de costos (ahorros de energía, transporte, agua). • Promoción de la innovación (tecnologías amigables hacia el medioambiente). • Motivación del personal (sentido de pertenencia e identidad). • Incremento del valor de las acciones.
--	---

Fuente: Elaboración propia con base en Porter, M.E.; Kramer, M.R. (2011). "Creating Shared Value". Harvard Business Review, Enero-Febrero, 2011.

5. INNOVACIÓN SOCIAL Y COLABORACIÓN

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

De acuerdo con Alfred Vernis, la innovación social puede definirse como: La innovación que emerge de los propios interesados, y a partir de las competencias claves de la empresa y de la generación de apoyos en el entorno, y que busca una combinación más eficaz, eficiente y sostenible de los recursos existentes para afrontar los retos sociales (Vernis; Iglesias, 2010).

Cabe destacar que en esta definición, los “propios interesados” pueden ser múltiples actores, tanto la empresa como las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), trabajadores de estas organizaciones, los beneficiarios que requieren apoyo, etc. En definitiva el cambio parte de una necesidad pero requiere la colaboración de individuos, empresas, instituciones educativas de nivel superior y sociedad para poder ser efectivo. Vernis considera que los siguientes tres elementos son necesarios para generar innovación y competitividad:

1. Apoyar a los emprendedores internos.
2. Que las empresas generen valor compartido.
3. Generar proyectos escalables y grandes con la colaboración de las IES y la sociedad.

Una propuesta interesante que se vincula directamente con el tema de innovación social y creación de valor compartido es la de Kaku, que plantea que es el espíritu de colaboración o “kyosei”, en donde todos trabajan por el bien común, estableciendo relaciones armoniosas con los clientes, comunidad, proveedores, competidores, gobierno y medio ambiente, lo que puede llevar a las empresas a un éxito sostenido (Kaku, 2005). La senda del kyosei consta de cinco etapas:

Etapa 1.- La supervivencia económica: A medida que maduran las empresas, necesitan entender que juegan un rol en un contexto más grande y global.

Etapa 2.- Cooperar con los trabajadores: Hay que buscar el entendimiento de la importancia de cada elemento humano de la organización trabajando de manera cooperativa.

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

Etapa 3.- Cooperar fuera de la empresa: Establecer vínculos estrechos con los clientes (trato, reciprocidad), proveedores (capacitación, apoyo técnico), competidores (alianzas), grupos comunitarios (sociedades para resolver problemas comunes de la comunidad); instituciones de educación superior, trabajados bajo un contexto de apoyo global para todas las partes.

Etapa 4.- Activismo global: Empezar acciones que puedan ayudar a la economía de otros países, al medio ambiente del planeta, a la capacitación y modernidad de los países en los cuales se tiene superavit.

Etapa 5.- El gobierno como socio estratégico: Con el poder logrado las empresas instan a los gobiernos a resolver problemas y desequilibrios globales, mediante la promulgación de leyes anti contaminantes o programas de apoyo para modernizar los procesos de manufactura y comercialización. No se trata de buscar al gobierno para la búsqueda de beneficios en acuerdos comerciales o subsidios.

Consideramos que la propuesta de Kaku, puede ayudar a generar la innovación social de manera sostenida y con una visión sistémica. A continuación de muestra el modelo conceptual que integra las ideas desarrolladas en este trabajo (ver figura 1), mismas que sirven de base para el constructo propuesto.

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

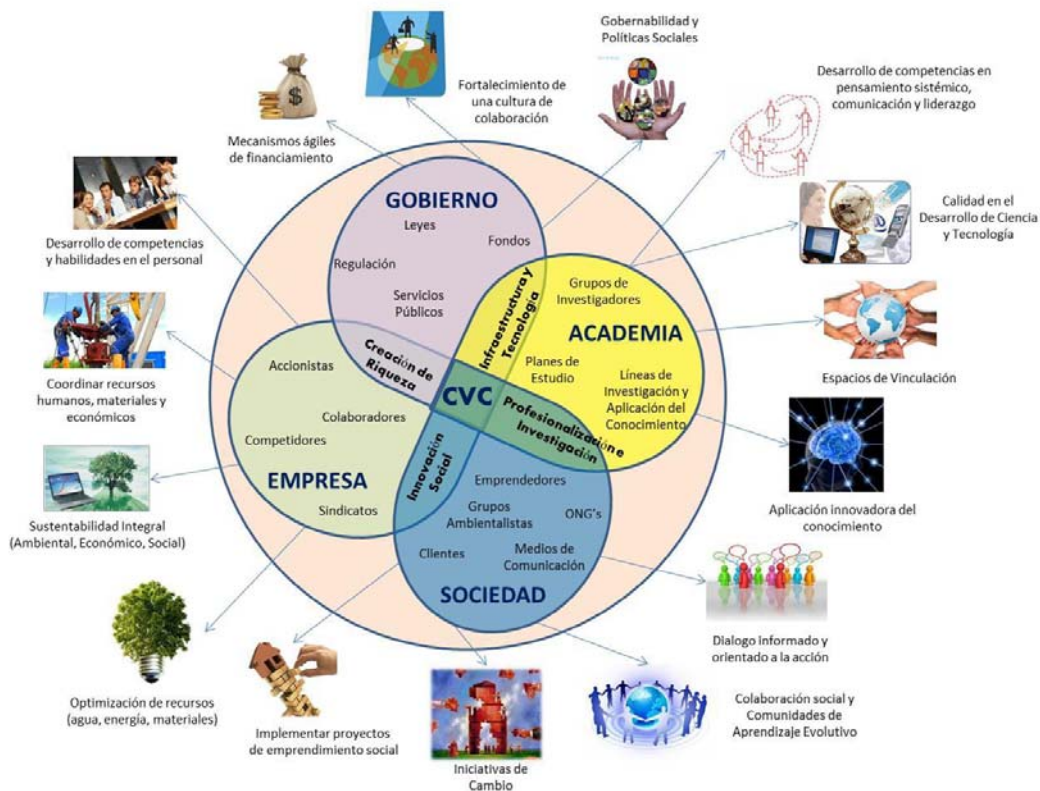


Figura 1. El enfoque de Creación de Valor Compartido como núcleo de la generación de sinergia entre Gobierno, Empresas, Sociedad y la Academia para el desarrollo económico.

La sinergia, como se conceptualiza en este trabajo, se refiere a conseguir ventajas a través del trabajo asociado y colaborativo. Pero, para alcanzar este estado de acoplamiento grupal, consideramos que es necesario antes cumplir con ciertos requisitos que norman la interacción de las partes involucradas y que hacen posible obtener resultados que tienen un efecto superior, que el que tendrían la suma de las partes. Básicamente estos requisitos son:

- a) Procesos de auto-monitoreo: El monitoreo no debe limitarse solamente a las tareas y procesos; utilizando un conjunto de indicadores útiles a cada empresa, también

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

es necesario que los entes que interactúan con la empresa establezcan procesos de auto-monitoreo de su propia dinámica.

b) Celebrar el logro: Las empresas y las comunidades involucradas de la sociedad, deben festejar sus triunfos, gozar sus logros y agradecer la parte vital aportada por cada uno. Esto ayuda a fortalecer los lazos de unión, la convivencia y la comunicación.

c) Diseñar procesos de concertación: Se debe buscar la manera de encontrar y desarrollar los propósitos y objetivos que unen a las partes interactuantes y en los cuales todos ganan y eliminar las acciones y conductas que llevan a gastar la energía y tiempo en crear una polarización de posiciones y opiniones encontradas, es decir, una situación de "ganar-perder". Se requiere entonces, que los equipos de trabajo liberen toda su creatividad y capacidad innovadora para crear opciones viables y productivas de ganar-ganar, basados en una buena comunicación y relaciones de confianza.

d) Compartir la información: Todas las partes interactuantes necesitan tener acceso a toda la información y los conocimientos necesarios para cumplir oportuna y efectivamente su misión, evitando prácticas de monopolio de información y fomentando la transparencia.

El modelo conceptual propuesto se ha diseñado con la intención de promover ideas en torno al enfoque de creación de valor compartido (CVC) conjuntando la responsabilidad social de las empresas, la gestión del conocimiento, la sostenibilidad, la justicia social y la visión de un futuro justo. Puede servir de marco para la creación y difusión de redes sociales de emprendedores e innovadores sociales en el gobierno, las empresas, la academia y la sociedad, especialmente entre los colectivos jóvenes y para contribuir a la creación de semilleros de sinergias en múltiples ámbitos sociales con una visión holística y sistémica.

6. CONCLUSIONES

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

Las empresas de todos los giros y tamaño deben evolucionar y transformar su manera de trabajar para obtener mejores resultados. Este cambio puede ser apoyado por las bondades de la informática, las telecomunicaciones y otras tecnologías, pero se requiere de una transformación profunda con un claro entendimiento del contexto. Los tiempos cambian y todo lo que tiene que ver con la economía, por consiguiente, de modo que es necesario cambiar de mentalidad. Sobre todo, en situaciones de crisis, como la actual, hay que repensar las fórmulas de trabajar, de relación con otros negocios, de vender, de satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, de buscar sostenibilidad. Se requiere de una nueva visión de negocios, que permita generar simultáneamente más valor social, medioambiental y económico (interna y externamente) para conciliar la visión de corto y largo plazo, asegurar compromiso entre las partes interesadas y fomentar el diálogo continuo, así como para mejorar la rendición de cuentas (“accountability”) del desempeño ético de la organización. Todo ello teniendo presente que la sustentabilidad no debe amenazar la rentabilidad económica de las compañías porque ésta es a fin de cuentas la razón de ser de los negocios.

Un aspecto importante que se rescata de los puntos tratados es que las empresas deben reconocer que sus contribuciones sociales pueden ser más efectivas si se alinean con sus competencias clave, es decir, con aquello que saben hacer mejor. De lo contrario, las intervenciones sociales de las empresas pueden generar gastos superfluos para la sociedad y la empresa misma. La creación del valor compartido dará lugar a nuevas estrategias que generarán mayor innovación y crecimiento para las empresas, y también más beneficios para la sociedad en su más amplio espectro.

Finalmente, es necesario que se realice un esfuerzo conjunto, entre gobiernos, empresas, instituciones de educación superior y la sociedad civil, para superar el individualismo y la competitividad (mal entendida) para dar paso a una colaboración provechosa. Hay que apostar a que los negocios relacionados con la sostenibilidad y la solidaridad sean, eso, negocios, y, por tanto, rentables. De igual manera se debe tener presente que los esfuerzos conjuntos entre la iniciativa privada, el sector público y las

Capítulo 11. Ingeniería y Gestión de Sistemas

IES son indispensables para que México eleve su posición frente al conjunto de economías emergentes.

REFERENCIAS:

Banco Mundial (BM). (2011). *Los polos de crecimiento de los mercados emergentes redefinen la estructura económica internacional, según un informe del Banco Mundial*. Comunicado de prensa N°:2011/483/DEC. Banco Mundial. Publicado el 17 de mayo de 2011 por The World Bank Group. Revisado el 20 de enero de 2012 desde Internet: <http://go.worldbank.org/F7P5ZD6N20>.

CISC, (2011). *Economías emergentes y el papel de México como parte de este grupo*. Consultores Internacionales, S. C. Revisado el 28 de enero de 2012 desde Internet: <http://www.consultoresinternacionales.com/publicaciones/ciscomentario/512/CISComentarioNo512.html>.

FLV, (2011). *Cuaderno de conclusiones. Primer foro de investigación y debate sobre la responsabilidad social de las empresas. Innovación y Competitividad a través de la RSE*. Fundación Luis Vives, www.fundacionluisvives.org. Revisado el 25 de febrero de 2012 desde Internet: <http://www.fundacionluisvives.org/servicios/publicaciones/detalle/78103.html>.

Free Range Studios y Priggen, E. (Productores); Fox, L., (Director); Leonard, A., (Guión) (2007). *The Story of Stuff (La Historia de las Cosas)*, [Documental]. Estados Unidos. Patrocinado por la Tides Foundation y la Funders Workgroup for Sustainable Production and Consumption. Revisado el 20 de octubre de 2011 desde Internet: <http://en.zappinternet.com/video/wunTpoSruD/The-Story-of-Stuff-de-Annie-Leonard-1-3-sub-Spanish> y en; <http://www.storyofstuff.org/movies-all/story-of-stuff/>

Kaku, R., (2005). "Por la senda del kyosei". *Harvard Business Review*. Agosto, 2005.

Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades

- Nieto, M. y Fernández, R. (2004). "Responsabilidad Social Corporativa: La última innovación en Management". *Universia Business Review*, primer trimestre, número 001. Grupo Recoletos Comunicación. España.
- ORSC, (2012). *¿Qué es RSC?*. Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. Revisado el 15 de febrero de 2012 desde Internet: http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=40%3Aqus-rsc&catid=27&Itemid=63&lang=es.
- Porter, M. E. y Kramer, M. R. (2011). "Creating Shared Value". *Harvard Business Review*, Enero-Febrero, 2011.
- Porter, M. E. y Kramer, M. R. (2006). "Estrategia y Sociedad". *Harvard Business Review, América Latina*. Diciembre, 2006.
- Rombiola, N., (29 de noviembre de 2011). *¿Qué es un país emergente?* *Finanzas. Blog de actualidad económica*. Revisado el 26 de enero de 2012 desde Internet: <http://www.finanzas.com/%C2%BFque-es-un-pais-emergente>.
- Vernis, A. y Iglesias, M., (2010). *Empresas que inspiran futuro. Ocho casos de emprendedores sociales*. Editado por ESADE-Instituto de Innovación Social. Con la colaboración de la Diputación de Barcelona y Catalunya Caixa. Publicado por El Tinter. España.

La Academia de Ciencias Administrativas A.C. y la Escuela de Negocios del
Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México

otorgan el presente

RECONOCIMIENTO

a

Heriberto Niccolas Morales, Jaime Garnica González y
Arturo Torres Mendoza

por su participación como

ponentes del tema *"La creación de valor compartido y la innovación social como factores de
sinergia para el desarrollo económico."*

en el

**XVI Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas
"Retos de las Ciencias Administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades".**



Dr. Álvaro Rafael Pedroza
ACACIA
Presidente



Dra. María Fonseca Paredes
Escuela de Negocios
Directora