



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

La innovación social corporativa y su relación con el desempeño financiero: un modelo conceptual

¹María Bibiana González-Ramírez

**Jorge Pelayo-Maciel*

Resumen

La investigación se realiza para entender cómo la Innovación Social Corporativa (ISC) puede simultáneamente resolver problemas sociales y mejorar el rendimiento empresarial mediante 3 principales premisas la estructura de gobernanza, acciones emprendedoras institucionales y el éxito financiero. Este estudio analiza la literatura sobre estas interacciones y propone un marco conceptual para mejorar la comprensión y aplicación de la innovación social en un entorno empresarial. Al inicio, se exponen cinco teorías que sustentan el fenómeno de Innovación Social Corporativa (ISC), explicando nuevos comportamientos y procesos empresariales para abordar problemas sociales. Se destaca la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como soporte principal de la ISC, con Kanter, Pesquero y Mulgan como impulsores teóricos, así como estudios que miden o analizan su impacto con el desempeño financiero.

Abstract

This research aims to understand how Corporate Social Innovation (CSI) can simultaneously address social issues and enhance business performance through three main premises: governance structure, institutional entrepreneurial actions, and financial success. The study analyzes the literature on these interactions and proposes a conceptual framework to improve the understanding and application of social innovation in a business environment. Initially, five theories underpinning the phenomenon of Corporate Social Innovation (CSI) are presented, explaining new business behaviors and processes to tackle social problems. Corporate Social Responsibility (CSR) is highlighted as a principal support for CSI, with Kanter, Pesquero, and Mulgan as theoretical proponents, along with studies that measure or analyze its impact on financial performance.

¹ *Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas

Introducción

La investigación se lleva a cabo para comprender cómo la Innovación Social Corporativa (ISC) puede abordar simultáneamente problemas sociales y mejorar el rendimiento empresarial, centrándose en tres premisas principales: la estructura de gobernanza, las acciones emprendedoras institucionales y el éxito financiero. Para esto, al inicio del documento, se exponen cinco teorías que sustentan el fenómeno empresarial denominado Innovación Social Corporativa (ISC), que explica los nuevos comportamientos y procesos empresariales destinados a abordar problemas sociales. Estas teorías abarcan desde la identificación y el uso de recursos específicos, como las redes y contactos, la adaptación dinámica y el aprendizaje organizacional en el aprovechamiento de oportunidades con demandas sociales, hasta la alineación de la identidad corporativa y la gestión de las dinámicas de poder, donde el nivel de compromiso social puede definir la efectividad en la incorporación de la innovación con impacto social.

Además, se presenta la evolución e impulsores de la ISC, destacando que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con su larga trayectoria, podría ser el soporte principal para la ISC. Pesquero (1989) y Kanter (1999) son considerados los padrinos del concepto, y más recientemente, Mulgan en el sustento teórico de la Innovación Social en sus diversas aplicaciones.

La ISC aborda simultáneamente los problemas sociales y la mejora en su desempeño empresarial (Jayakumar, 2017; Buallay, 2022). Se identificó un único estudio que ha utilizado el marco de la ISC para evaluar su impacto en el desempeño financiero de las empresas a lo largo del tiempo (Alonso et al., 2019). Además, existen investigaciones empíricas que exploran la relación entre RSC y el desempeño comercial y financiero (Padilla et al., 2017; Buckland y Murillo, 2018; Ruggiero y Cupertino, 2018; Gallardo-Vázquez et al., 2019; Ikuta y Fujii, 2022; Busch y Schnipperinget, 2022; Wu et al., 2023; León Bravo et al., 2019).

A partir de estas observaciones, se propone en la última parte del trabajo un modelo conceptual que presenta la interacción de la ISC con sus relaciones estratégicas en el ámbito del emprendimiento social, las estructuras de gobernanza y el desempeño financiero como 3 principales premisas del presente fenómeno.

Fundamentos teóricos y la evolución de la Innovación Social Corporativa

Para entender la su evolución y el comportamiento de la ISC en las corporaciones modernas es necesario discutir su fundamentación teórica y para esto Holmström et al. (2022) mencionan que hay cinco enfoques particulares; la teoría de recursos y capacidades, la teoría en recursos dinámicos, la teoría del aprendizaje organizacional, la teoría de la identidad organizacional y la perspectiva del poder, en el primer enfoque se tiene que Barney (1991) propone la necesidad de poseer recursos valiosos, raros, inimitables y organizados (VRIO) para lograr una ventaja competitiva sostenible; y bajo el contexto de la ISC se puede mencionar que además de los recursos tradicionales hoy en día se deben de considerar los recursos en red, como son las conexiones con grupos empresariales, relaciones con comunidades, alianzas con diferentes ONGs y colaborar con otros actores sociales; la teoría en recursos dinámicos (Teece et al., 1997), se centra en cómo las empresas pueden y deben adaptarse, integrar y reconfigurar competencias internas y externas conforme a los cambios del entorno, por lo tanto, en términos de la ISC, se puede sugerir que las corporaciones deben desarrollar la capacidad de adaptarse rápidamente a nuevas oportunidades y desafíos sociales, como puede ser la integración de conocimientos y habilidades en respuesta a las expectativas sociales y de mercado.

Mientras que la teoría del aprendizaje organizacional (Argyris y Schön, 1978), sugiere que las organizaciones aprenden y mejoran a través de la experiencia y la participación activa, en donde los empleados es un activo importante ya que ellos deben de participar activamente y compartir conocimientos para construir capacidades de innovación social y, para Holmström et al. (2022), el aprendizaje permite a las empresas deshacerse de prácticas obsoletas y generar nuevas formas de pensar y administrarse, las cuales serían más adecuadas para enfrentar la problemática social moderna. Lo anterior nos lleva a plantear que con base a la teoría de la identidad organizacional (Albert y Whetten, 1985), una organización está consciente de su propia identidad y como esta influye en sus decisiones y comportamientos estratégicos y por lo tanto, está consciente de cómo puede afectar el compromiso con la ISC y la orientación sobre los valores tanto individuales como colectivos (Holmström et al., 2022); una organización que se identifique como un actor social responsable es muy probable que invierta en iniciativas de innovación social y promueva valores que beneficien a los grupos de interés; el éxito de dichas iniciativas pueden ser explicadas a través de las perspectiva del poder (Pfeffer, 1981), donde las dinámicas del poder dentro de las organizaciones son cruciales para entender si los resultados de las iniciativas de ISC son consensuales o están en conflicto entre los diferentes actores involucrados, por lo que el manejo efectivo de las dinámicas del poder puede facilitar la implementación de proyectos de innovación social y asegurar que los beneficios se distribuyan de forma equitativa.

Cada una de estas teorías proporciona un marco esencial para comprender cómo las corporaciones modernas pueden abordar la Innovación Social Corporativa (ISC). Estas teorías abarcan desde la identificación y el uso de recursos específicos, pasando por la adaptación dinámica y el aprendizaje organizacional, hasta la alineación de la identidad corporativa y la gestión de las dinámicas de poder. Cada una de ellas es complementaria y juntas ofrecen una guía robusta para la implementación y el éxito de la ISC. A continuación, se presenta la evolución histórica de la ISC, abordando sus fundamentos y sus impulsores. Este recorrido comienza con el desarrollo filantrópico, avanza hacia el desarrollo estratégico, incorpora la innovación social en la creación de una cadena de valor compartido y culmina en la sostenibilidad. Además, se examina cómo la ISC converge con otras líneas de investigación que tratan el mismo fenómeno, aunque con diferentes terminologías. Esta discusión no solo mejora la comprensión teórica y conceptual de la ISC, sino que también facilita su aplicación en el contexto de la presente investigación.

De 1960 a 1980, desarrollo filantrópico

La responsabilidad social corporativa (RSC) es una práctica que se originó en la década de 1960, desde la década de 1980 existe evidencia empírica de métodos de evaluación y aplicaciones (Correa, 2017). En varios estudios sobre la inversión social corporativa (ISC), se fundamenta con base en la RSC, considerándola una oportunidad para una aplicación estratégica más sostenible en lugar de una aproximación meramente filantrópica, es decir, no limitada a la donación de recursos para el bien social sin esperar retorno financiero. Esta perspectiva estratégica de la ISC ganó mayor visibilidad a partir de 2010 (Dionisio y de Vargas, 2020; Tabares, 2023).

Desarrollo estratégico

Aunque Kanter (1999) es reconocida como pionera en la conceptualización de la innovación social corporativa (ISC), es esencial considerar el trabajo previo de Jean Pasquero (1989), citado por Tabares (2020), quien enfatizó la importancia de los nuevos comportamientos y procesos empresariales destinados a abordar problemas sociales. Pasquero destacó la convergencia entre la agenda del sector público y las estrategias corporativas, lo que establece un precedente importante en la evolución de la ISC.

Diez años después, Kanter (1999) redefinió la ISC como una estrategia corporativa integral que busca generar un impacto significativo en el ámbito social y ambiental. Utilizando los ejemplos de IBM y Bell Atlantic, Kanter demostró cómo la innovación puede producir beneficios simultáneamente sociales y comerciales, superando la mera filantropía. Este enfoque estratégico introduce un paradigma renovado en la investigación y el desarrollo (I+D), así como en la inversión en estrategias

empresariales. En lugar de limitarse a la donación de recursos, la ISC según Kanter aboga por la integración de objetivos sociales en el núcleo de la estrategia empresarial, promoviendo una sinergia entre el éxito financiero y el progreso social.

Hacia la Innovación Social

La innovación ha evolucionado desde su aplicación inicial en la tecnología industrial hacia una expansión en los servicios, la organización y el comercio (OCDE, 2007; OCDE, 2015). En los últimos años, ha surgido una nueva dimensión de la innovación conocida como "Innovación Social" (IS), que busca promover un mayor bienestar social y asegurar un futuro sostenible para las próximas generaciones (OECD, 2016; Maestre et al., 2021).

Dentro del ámbito de la innovación social corporativa (ISC), la IS ha ganado relevancia, siendo destacada por varios autores que citan a Mulgan como una figura clave en el desarrollo de este concepto. Mulgan (2006) fortaleció la comprensión de la IS, definiéndola como el conjunto de actividades y servicios innovadores diseñados para satisfacer necesidades sociales específicas a través de las organizaciones. Esta perspectiva amplía el alcance de la innovación, y no se limita a avances tecnológicos, sino que incluye soluciones creativas que abordan problemas sociales complejos. La Innovación Social se convierte así en un componente esencial de la ISC, integrando la responsabilidad social en la estrategia empresarial para generar impactos positivos tanto en la comunidad como en el entorno operativo de la empresa. La IS impulsa a las organizaciones a explorar nuevas formas de colaboración y a crear valor compartido, asegurando que el progreso económico vaya de la mano con el desarrollo social sostenible.

Innovación Social Corporativa y/o Creación del Valor compartido

Michael Porter es uno de los autores fundamentales en el estudio de la inversión social corporativa (ISC). En 2011, junto con Mark Kramer, introdujo el concepto de Creación de Valor Compartido (CVC) como una respuesta al desafío de la insostenibilidad en el crecimiento de los negocios. Porter y Kramer (2011) subrayaron la necesidad de que las empresas reevalúen y reinventen sus productos, mercados y cadenas de valor, así como el desarrollo de clústeres locales para lograr un crecimiento sostenible y beneficioso tanto para la empresa como para la sociedad.

El enfoque de la CVC a menudo se considera de forma independiente respecto a la ISC. Por ejemplo, Dionisio y de Vargas (2020) realizaron un estudio comparativo mediante análisis bibliométrico de conceptos relacionados con la ISC, y señalaron que la CVC tiende a centrarse más en la satisfacción de los clientes, mientras que la ISC tiene la capacidad de integrar un espectro más amplio de grupos de interés, incluyendo empleados, comunidades y el medio ambiente.

Por otro lado, hay investigaciones que vinculan estrechamente la CVC con la ISC, sugiriendo que la creación de valor compartido puede ser un resultado directo de las prácticas de ISC. Estudios como los de Jayakumar (2017), Franco-Arango y Álvarez-Mesa (2022) y Bitencourt et al. (2024) exploran cómo los procesos y estrategias de ISC no solo contribuyen a resolver problemas sociales, sino que también generan valor económico compartido entre la empresa y sus comunidades. Este enfoque destaca que la ISC puede ser un motor de CVC, integrando la responsabilidad social en la estrategia empresarial para crear beneficios mutuos y sostenibles. En resumen, la Creación de Valor Compartido propone una visión integradora donde el éxito empresarial y el bienestar social no son objetivos opuestos, sino que están profundamente interconectados. La CVC, cuando se aplica junto con la ISC, ofrece un marco estratégico para que las empresas aborden problemas sociales y ambientales de manera que también fortalezcan su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

Orientaciones internacionales hacia la sustentabilidad

Una de las iniciativas globales más influyentes en el ámbito del desarrollo sostenible se originó en el año 2000, cuando las Naciones Unidas lanzaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Estos objetivos marcaron un compromiso mundial para abordar los desafíos más urgentes, como la pobreza extrema y el hambre. En 2015, los ODM fueron actualizados y ampliados, dando lugar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con un horizonte de cumplimiento fijado para el año 2030. Los ODS establecen un marco integral y universal, compuesto por 17 objetivos que abarcan aspectos económicos, sociales y ambientales, orientados a lograr un futuro más equitativo y sostenible para todos.

Complementando estos esfuerzos, en 2010 se introdujo la norma internacional ISO 26000, que proporciona directrices claras para la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Esta norma no solo establece estándares para la RSC, sino que también ofrece orientación práctica a las organizaciones de todo el mundo sobre cómo integrar la responsabilidad social en sus operaciones y estrategias. ISO 26000 aborda áreas críticas como la gobernanza organizacional, los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, la ética operativa y la participación de la comunidad.

La adopción de los ODS y la implementación de ISO 26000 reflejan un compromiso global hacia un desarrollo más sostenible y responsable. Los ODS, con su enfoque en la cooperación internacional y la acción concertada, inspiran a países y organizaciones a alinearse con metas comunes que promueven la prosperidad económica, la justicia social y la protección del medio ambiente. Por otro lado, ISO 26000 ofrece un marco de referencia esencial para que las empresas y otras organizaciones gestionen sus impactos sociales y ambientales de manera ética y transparente.

La innovación social corporativa y su relación con el desempeño financiero

La investigación sobre la ISC en la industria alimentaria ha revelado un creciente interés en encontrar mecanismos que permitan un rendimiento sostenible y financiero robusto. Por ejemplo, León Bravo et al. (2019) argumentan que la inversión en la mejora de productos y la optimización de las cadenas de suministro no solo genera mejores rendimientos económicos, sino que también mejora la calidad de los alimentos y ofrece beneficios significativos para la salud. Este enfoque resalta cómo las empresas pueden alinearse con prácticas sostenibles mientras mejoran su desempeño financiero.

Feng et al. (2017) realizaron un análisis bibliométrico centrado en la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Gestión de la Cadena de Suministros. Su estudio destaca la continua relevancia de los conceptos de desarrollo sostenible y sus impactos tanto económicos como sociales. Los hallazgos de Feng et al. sugieren que la integración de la RSC en las operaciones de la cadena de suministro puede fortalecer tanto la sostenibilidad como la rentabilidad empresarial.

Por otro lado, López Nevarez y Zavala Feliz, (2019) promueven la evolución sostenible en el sector agrícola, desde el cultivo hasta la transformación de los productos. Su trabajo refleja un compromiso con organizaciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO) y el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). En su estudio, los autores aplican cuatro teorías para integrar la ISC: la Teoría del Ciudadano Corporativo (CCT), la Teoría del Desempeño Social Corporativo (CSD), la Teoría del Valor del Accionista (TVA) y la Teoría de las Partes Interesadas (TAI). Estas teorías proporcionan un marco comprensivo que permite a las empresas balancear la creación de valor económico y el impacto social.

Buallay (2022) encontró una correlación positiva entre las prácticas de sostenibilidad y el rendimiento financiero en la industria alimentaria. Este estudio sugiere que las empresas que adoptan prácticas sostenibles no solo contribuyen al bienestar social y ambiental, sino que también pueden mejorar su rentabilidad y posición competitiva en el mercado.

Nestlé, una de las empresas transnacionales más antiguas en la industria alimentaria, fundada en Suiza a finales del siglo XIX y operando en México desde 1930, ejemplifica cómo la ISC puede integrarse exitosamente en el desempeño financiero. En su Reporte de Resultados México 2021-2022, también conocido como Informe de Creación de Valor Compartido 2021-2022, bajo los estándares GRI, Nestlé destaca sus acciones para impactar positivamente a clientes, consumidores, comunidades y el planeta. Las iniciativas de la empresa incluyen la reducción de emisiones, la gestión responsable del

agua, la mejora de las condiciones laborales de sus empleados y la armonización con las comunidades locales.

Además, Nestlé ha implementado acciones sostenibles que han transformado elementos clave de su modelo operativo. Un ejemplo destacado es que el 99% de sus empaques están diseñados para ser reciclados. La empresa también fomenta el consumo de productos locales y empodera a pequeños productores mediante capacitación y certificación, incrementando al 30% la proporción de productos enriquecidos con nutrientes (Nestlé México, 2022). Estas estrategias no solo benefician a la sociedad y al medio ambiente, sino que también fortalecen el rendimiento financiero y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

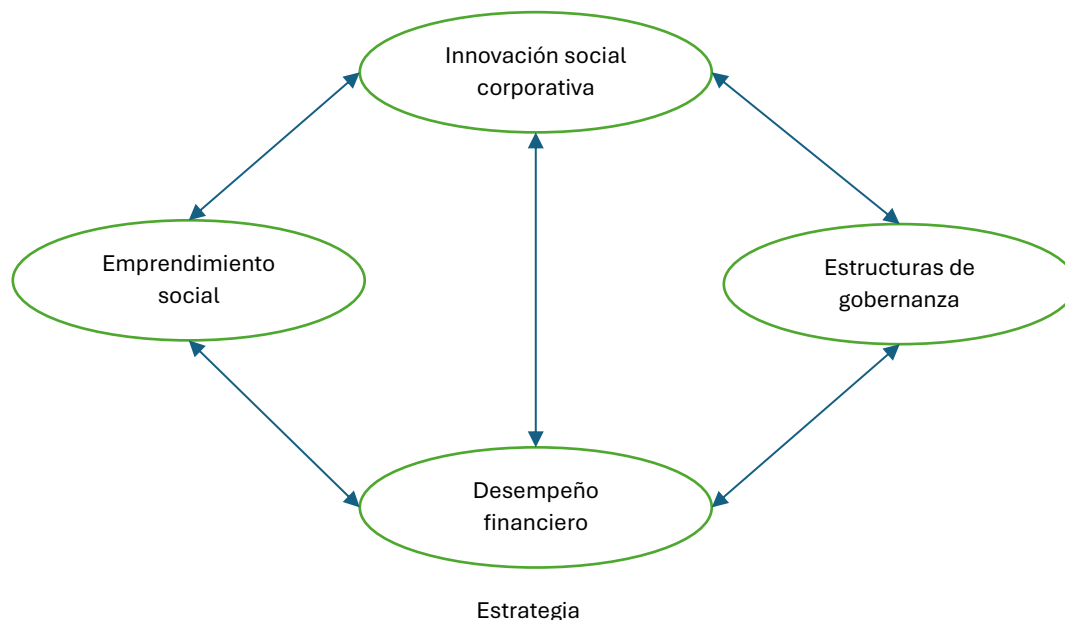
En los últimos cinco años, se ha identificado un único estudio que ha utilizado el marco de la ISC para evaluar su impacto en el desempeño financiero de las empresas a lo largo del tiempo. Este estudio longitudinal, llevado a cabo por Alonso et al. (2019), quienes proponen una metodología innovadora para medir dicho impacto. La investigación destaca que la estrategia de ISC no solo aborda problemas sociales, sino que también busca mejorar simultáneamente la productividad empresarial.

Alonso et al. desarrollaron una fórmula que evalúa el impacto de la ISC mediante la relación entre la inversión en Innovación y Desarrollo (I+D) y las ventas de un período específico. Esta medida se ajusta considerando el Índice de Bienestar Social, que incluye cinco categorías de variables: educación, salud, ingresos, y condiciones ambientales y tecnológicas. En esencia, el enfoque de Alonso et al. integra indicadores financieros y sociales para ofrecer una visión comprensiva de cómo la ISC contribuye al rendimiento de la empresa. Además de este estudio, existen varias investigaciones empíricas que exploran la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y el desempeño comercial y financiero (Padilla et al., 2017; Buckland y Murillo, 2018; Ruggiero y Cupertino, 2018; Gallardo-Vázquez et al., 2019; Ikuta y Fujii, 2022; Busch y Schnipperinget, 2022; Wu et al., 2023). Estos estudios subrayan la importancia de integrar prácticas socialmente responsables con las estrategias de negocio para lograr resultados financieros positivos.

A partir de estas observaciones, se propone un modelo conceptual que presenta la interacción de la Innovación Social Corporativa con sus relaciones estratégicas en el ámbito del emprendimiento social, las estructuras de gobernanza y el desempeño financiero (ver figura 1). Este modelo sugiere que la ISC, cuando se alinea con prácticas de gobernanza sólida y estrategias de emprendimiento social, puede generar un impacto significativo en el desempeño financiero. En resumen, este enfoque integrador resalta cómo la innovación social y la responsabilidad corporativa pueden contribuir a la sostenibilidad y éxito financiero de las empresas.

Figura 1

Modelo conceptual de Innovación social corporativa y el desempeño financiero



La Innovación social corporativa y el emprendimiento social

A lo largo del tiempo, la RSC se transformó, integrando estrategias corporativas que alinean objetivos sociales con beneficios empresariales. Esta transición es fundamental para el desarrollo del emprendimiento social, ya que establece un precedente para la creación de valor compartido (Porter y Kramer, 2011). La incorporación de objetivos sociales en la estrategia empresarial promueve la innovación y fomenta la creación de nuevas empresas sociales que buscan resolver problemas sociales a través de modelos de negocio sostenibles.

La IS, definida como la creación de nuevas soluciones para problemas sociales complejos, se ha convertido en un componente esencial de la ISC, ampliando su alcance más allá de la filantropía hacia la creación de valor social y económico. Este enfoque ha facilitado la creación de empresas sociales o nuevas ediciones de los modelos de negocios de corporaciones que no solo buscan beneficios financieros, sino que también tienen un impacto positivo en sus comunidades. Además, la convergencia entre la ISC y el concepto de Creación de Valor Compartido (CVC) refuerza esta sinergia, al destacar cómo las estrategias empresariales pueden generar beneficios mutuos tanto para las empresas como para la sociedad (Dionisio y de Vargas, 2020; Duque et al., 2023). Por lo anterior se puede proponer la siguiente premisa:

Premisa 1: El desarrollo estratégico de la innovación social corporativa se relaciona con emprendimientos sociales.

Para la generación de nuevos productos o servicios que buscan alinearse con los intereses de la sociedad y la protección del medio ambiente, es fundamental la interacción entre las empresas y los diferentes grupos de interés de la sociedad. Los grupos de interés pueden estar representados por empleados, organizaciones sin fines de lucro, actores de la cadena de valor u otros grupos de individuos, y que, a través de la infraestructura empresarial y/o plataformas de intercambio de información, se genera innovación social.

En los estudios enfocados a los empleados, encontramos el de Abhari et al. (2020), donde se declara que la implementación de una plataforma de comunicación y transparencia, que implica tecnología, promueve una cultura organizacional efectiva y tolerante al riesgo cuando se trata de generar nuevos productos o servicios, e incluso innovación social. Por otro lado, el estudio de Chin et al. (2019) investiga la relación entre los comportamientos de los empleados en términos de innovación y conciencia ambiental en el contexto chino, con su participación en programas de capacitación por universidades. Los empleados son actores representantes de la sociedad interesados tanto en su bienestar personal y familiar como en el de la empresa a la que pertenecen.

En relación con otros grupos de interés, existe una gran diversidad de estudios que revelan la relación entre los diferentes actores de la cadena de valor y la generación de Innovación Social Corporativa (ISC) en industrias específicas (León Bravo et al., 2019; López Nevarez y Zavala Feliz, 2019). Además, se mencionan a las organizaciones sin fines de lucro y otros grupos de individuos como partes interesadas e involucradas en la generación de Innovación Social.

Un ejemplo de esto es el trabajo de Fursov y Linton (2022), donde se desarrolló el modelo de Innovación Social Productor-Usuario (PUSI, por sus siglas en inglés), el cual ayuda a explicar la innovación social al combinar la innovación de productos y la innovación de usuarios. Este modelo ofrece ideas útiles sobre la cooperación entre actores con y sin fines de lucro.

Asimismo, los esfuerzos de Mirvis, Baltazar Herrera y Googins han contribuido a la consolidación de la teoría de la ISC. En los trabajos de Mirvis et al. (2016) y Mirvis y Googins (2021), se identifica un modelo de business to nonbusiness (B2N) en la generación de Innovación Social, que se da mediante plataformas o fuentes de información como la innovación abierta, crowdsourcing, concursos, mecanismos de intraemprendimiento, investigación autóctona, incubadoras/aceleradoras, pensamiento de diseño y co-innovación. Todos estos elementos actúan como generadores de

información y experiencias tácitas que contribuyen a la generación de Innovación Social dentro de las corporaciones.

En términos generales, Esen y Maden-Eyiusta (2019), en su estudio que recopiló el conocimiento de expertos, concluyen que la Innovación Social Corporativa (ISC) es una estrategia que une las capacidades y recursos de las empresas con los de otros sectores para desarrollar soluciones innovadoras a problemas sociales, económicos y ambientales complejos. El estudio proporciona una comprensión profunda del fenómeno de la ISC y presenta un modelo con seis factores clave para su éxito: la creación de valor compartido, la conciencia y empatía social, la implicación de los stakeholders, la creatividad y el emprendimiento en la resolución de problemas sociales, el compromiso y visión del liderazgo, y una estructura y cultura organizacional que apoyen estos esfuerzos.

Por último, en lo que respecta a los trabajos especializados de la ISC centrados en empresas multinacionales, destacamos el estudio de Saka-Helmhout et al. (2024) y el de Tarnovskaya et al. (2022). El primero es relevante por abordar la innovación a través de la exploración de oportunidades de mercado, mientras que el segundo menciona estas oportunidades como mercados emergentes.

La Innovación social corporativa y el gobierno corporativo y la RSC

La definición de gobernanza corporativa puede variar según el contexto. Para Claessens y Yurtoglu (2013), una definición limitada se centra en la protección de inversores externos contra la expropiación y la fortaleza de los derechos de los acreedores, mientras que una amplia considera a la gobernanza corporativa como un sistema de mecanismos para operar cuando la propiedad se separa de la gestión, con un conjunto complejo de restricciones que determinan cómo se distribuyen los beneficios generados por la empresa entre las partes interesadas y abordan problemas de responsabilidad social corporativa. Entre sus elementos incluye la estructura del consejo de administración, los derechos y el tratamiento de los accionistas, la transparencia y divulgación de información, la ética y responsabilidad corporativa, y el control interno y la gestión de riesgos.

La relación positiva entre la ISC y la gobernanza corporativa se manifiesta en la capacidad de las empresas para integrar objetivos sociales en sus estructuras de toma de decisiones y mecanismos de control interno. La gobernanza corporativa, se fortalece con la adopción de prácticas de ISC que buscan una mayor transparencia, ética y rendición de cuentas. Estudios empíricos como los de Jayakumar (2017) y Buallay (2022) han demostrado que las empresas que implementan estrategias de ISC no solo mejoran su desempeño financiero, sino que también muestran mejoras en sus sistemas de gobernanza. Estos estudios sugieren que la ISC puede ser un motor de creación de valor

compartido, no solo en términos económicos, sino también en términos de credibilidad y confianza entre los accionistas y otros grupos de interés. Al integrar la ISC en la gobernanza corporativa, las empresas pueden abordar de manera más efectiva las expectativas de los stakeholders, mejorar la cohesión interna y fortalecer su posición competitiva en el mercado global. Por lo que se propone la siguiente premisa.

Premisa 2: La innovación social corporativa se relaciona positivamente con la gobernanza corporativa

Durante los años 2003 a 2013, se publicaron numerosos artículos sobre ISC, los cuales fueron recopilados por Herrera en 2015 en su trabajo titulado "Creating Competitive Advantage by Institutionalizing Corporate Social Innovation". En este estudio, la autora identificó tres grupos principales de aplicación de la ISC a través de estudios de caso realizados en empresas de Estados Unidos: gobernanza y sociedad, responsabilidad del cliente y del producto, y gestión de la cadena de valor y el medio ambiente. Es importante destacar que Herrera M.E.B. es una de las autoras más citadas en relación con el fenómeno de la ISC.

En el estudio de Saka-Helmhout et al. (2022), se encontró que las capacidades de gobernanza complementan a las instituciones efectivas para el éxito de la ISC. Además, se señala que pueden existir condiciones diferentes a los recursos-capacidades y las instituciones estudiadas que expliquen las ISC. Por ejemplo, se destaca la importancia de estudiar la transferencia de conocimientos y la gestión de conflictos en asociaciones corporativas para crear y capturar valor.

Con respecto a la divulgación de información, la ética y la responsabilidad como parte de la gobernanza corporativa, existen una serie de estudios que aseguran la relación entre el compromiso de la RSC y la generación de ideas para la innovación sustentable (Altuna et al., 2015). Además, Le et al. (2023) menciona que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto significativo y puede llevar a los gerentes a cambiar sus estrategias ambientales, reflejado en nuevas prácticas de innovación.

Por otro lado, Gazzola et al. (2023) concluyen que las corporaciones con estándares de transparencia más altos y que asumen prácticas de responsabilidad social también tienen una mayor actividad de innovación. En particular, Yang y Sun (2021) abren el debate al asegurar que este efecto positivo es más pronunciado en empresas con menor propiedad institucional, de mayor tamaño y en mercados de productos más competitivos.

En términos generales, Popoli, P. (2017) declara que la RSC puede ser una fuente de oportunidad, innovación y ventaja competitiva.

La Innovación social corporativa y el desempeño financiero

La ISC ha generado un enfoque clave que interconecta el desempeño financiero y el impacto social en las empresas. Como ya se ha mencionado, la ISC ha evolucionado desde un enfoque meramente filantrópico hacia una estrategia empresarial integral que promueve la creación de valor compartido. Este cambio de paradigma se ha visto impulsado por la necesidad de las empresas de responder a expectativas sociales más amplias mientras mantienen su rentabilidad. Según estudios como los de León Bravo et al. (2019) y Feng et al. (2017), la adopción de prácticas sostenibles y la integración de la RSC en las operaciones de la cadena de suministro no solo mejoran la calidad de los productos y la sostenibilidad, sino que también fortalecen el rendimiento económico y la posición competitiva de las empresas, así también Buallay (2022) encontró una correlación positiva entre las prácticas de sostenibilidad y el rendimiento financiero en la industria alimentaria. Estas investigaciones subrayan que las empresas que invierten en la ISC no solo están cumpliendo con responsabilidades sociales, sino que también están adoptando estrategias que pueden llevar a un mejor desempeño financiero a largo plazo. Así también, se tiene que Alonso et al. (2019) proponen una integración de indicadores financieros y sociales. Este refuerza la noción de que la ISC puede ser un motor crucial para la mejora de la productividad empresarial y la competitividad financiera. En suma, la ISC no solo es una respuesta a las demandas sociales contemporáneas, sino también una estrategia efectiva para asegurar el éxito financiero sostenido de las empresas; por lo que se propone la siguiente premisa

Premisa 3. La Innovación Social Corporativa impacta de forma positiva el desempeño financiero

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se asocia positivamente con el desempeño empresarial y, a su vez, ejerce una influencia favorable sobre la innovación y el rendimiento financiero de las empresas. En consecuencia, las empresas que adoptan estrategias socialmente responsables suelen mostrar mayores niveles de innovación y mejor desempeño financiero (Gallardo-Vázquez et al., 2019). Sin embargo, Margolis y Walsh (2001) y Scholtens (2008), citados en Gao et al. (2023), indican que la investigación muestra una dualidad: aproximadamente el 50% de los estudios reportan una relación positiva entre la RSC y el desempeño financiero, mientras que el otro 50% señala relaciones negativas, no significativas o no lineales. Según estos estudios, la gestión de los grupos de interés parece ser un factor crucial para determinar el impacto de la RSC en el rendimiento financiero.

En el reciente análisis bibliométrico de Cardona et al. (2023), se encontró un interés creciente de trabajos empíricos que exploran la relación entre la RSC y el desempeño financiero. Los indicadores utilizados para medir este desempeño incluyeron el ROA, ROE, ROI y ROS, así como indicadores de valor de mercado como el Q de Tobin y la rentabilidad de las acciones. Además, se consideraron variables moderadoras, como el sector industrial, el tamaño de la empresa, el nivel de endeudamiento, la antigüedad de la empresa y la inversión en I+D.

Con respecto a la relación de la ISC con el desempeño financiero, Alonso et al. (2019) propusieron una medición directa de la ISC en relación con el desempeño financiero. Realizaron un estudio longitudinal utilizando una fórmula que suma el gasto en Innovación y Desarrollo (I+D) de un año específico, dividido entre las ventas del mismo período. Este resultado se divide entre el Índice de Bienestar Social, que abarca cinco grupos de variables: educación, salud, ingresos, condiciones medioambientales y tecnológicas. Por otro lado, trabajos como el de Jayakumar, T. (2017) reflejan una manera indirecta de impactar el desempeño financiero mediante la reducción de costos operativos o la mejora en la reputación y la satisfacción del cliente.

Por último, mencionar que existen trabajos que declaran compleja la búsqueda de la relación entre la innovación sustentable y el desempeño financiero, como lo concluyen Busch y Schnippering (2022). Ambos estudios encontraron una relación curvilínea en forma de U entre la intensidad de I+D y el rendimiento financiero.

Conclusiones e implicaciones

La Innovación Social Corporativa (ISC) se ha convertido en un componente central en la estrategia de muchas corporaciones modernas, facilitando no sólo la adaptación a las expectativas sociales, sino también la consecución de objetivos financieros sostenibles. En este documento se analizó a la ISC que inició siendo un complemento filantrópico hasta convertirse en una estrategia empresarial integral que promueve la creación de valor tanto social como económico. La integración de diversas teorías, desde la gestión de recursos hasta la dinámica del poder y la identidad organizacional, ha proporcionado un marco robusto para entender y aplicar la ISC en el contexto moderno. Las teorías que se analizaron son complementarias y juntas ofrecen una guía práctica para la implementación y el éxito de la ISC. Las empresas que adopten estos enfoques pueden desarrollar recursos y capacidades para adaptarse a las demandas sociales de los diferentes grupos de interés y aprender de

sus experiencias, por medio de una gestión efectiva de sus recursos y dinámicas internas (Holmström et al., 2022).

La evolución de la ISC hacia la innovación social y la creación de valor compartido ha llevado a una transición hacia estrategias empresariales sostenibles y responsables. Las corporaciones que integren estos principios en operaciones estarna mejor posicionadas para enfrentar los desafíos sociales y ambientales actuales. Además, también se ha presentado diversas investigaciones que demostraron que la adopción de prácticas sostenibles y la integración pueden mejorar significativamente el rendimiento financiero y la competitividad de las empresas (Maestre et al., 202; León Bravo et al., 2019; Buallay, 2022; Alonso et al., 2019). La ISC no solo responde a las demandas sociales, sino que también puede ser un motor crucial para la mejora de la productividad y la competitividad empresarial.

La relación entre la ISC y la gobernanza corporativa sugiere que las empresas con estructuras de gobernanza sólidas pueden integrar de manera más efectiva los objetivos sociales en sus operaciones. Además, la convergencia entre la ISC y el emprendimiento social destaca cómo las empresas pueden utilizar la innovación para abordar problemas sociales mientras buscan beneficios financieros sostenibles (Jayakumar, 2017; Buallay, 2022). Por lo que, la Innovación Social Corporativa representa una estrategia integral que puede transformar la forma en que las empresas operan y contribuyen a la sociedad. Su evolución y aplicación son fundamentales para la sostenibilidad y el éxito a largo plazo en un entorno empresarial cada vez más complejo y desafiante. En cuanto a las limitaciones de este estudio, se tiene que el término de ISC es bastante nuevo y habrá que comprobarse empíricamente las relaciones de variables, por lo que en futuras investigaciones habría que enfocarse en definir y operacionalizar las variables que conforman la ISC para su comprobación en la realidad empresarial.

Referencias

- Abhari, K., Ascue, N., Boer, C., Sahoo, C., & Zarei, M. (2020). Enterprise social networks and innovation productivity: The role of innovation culture. En *26th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2020*.
- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263-295.

- Alonso Martinez, D., González Álvarez, N., y Nieto, M. (2019). The influence of financial performance on corporate social innovation. *Wiley Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-13. DOI: 10.1002/csr.1726
- Altuna, N., Contri, A. M., Dell’Era, C., Frattini, F., & Maccarrone, P. (2015). Managing social innovation in for-profit organizations: The case of Intesa Sanpaolo. *European Journal of Innovation Management*, 18(2), 258-280. <https://doi.org/10.1108/EJIM-06-2014-0058>
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Addison-Wesley.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bitencourt, C., Zanandrea, G., Froehlich, C., Agostini, M. R., & Haag, R. (28 de enero de 2024). Rethinking the company's role: Creating shared value from corporate social innovation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. DOI: 10.1002/csr.2723
- Buallay, A. (2022), Sustainability reporting in food industry: an innovative tool for enhancing financial performance, *British Food Journal*, 124 (6), 1939-1958. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2021-0053>
- Buckland H. y Murillo D. (2018). *La Innovación Social en América Latina*. Marco
- Busch, T., & Schnippering, M. (2022, May). Corporate social and financial performance: Revisiting the role of innovation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(3), 635-645. DOI: 10.1002/csr.2225
- conceptual y agentes. Instituto de Innovación Social de ESADE y Fondo Multilateral de Inversiones
- Cardona, D., Salazar, E., & Álvarez, M. (2023). Análisis bibliométrico de la relación entre la responsabilidad empresarial y el desempeño financiero. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1, 188-216. <https://doi.org/10.35575/rvucn.n68a9>
- Chin, T., Yang, Y., Zhang, P., Yu, X., & Cao, L. (2019). Co-creation of Social Innovation: Corporate Universities as Innovative Strategies for Chinese Firms to Engage with Society. *Sustainability*, 11(5), 1438. <https://doi.org/10.3390/su11051438>
- Chu, W., Du, J., & Zhang, W. (2020). Corporate Social Responsibility Information Disclosure and Innovation Sustainability: Evidence from China. *Sustainability*, 12(1), 409-409. <https://doi.org/10.3390/su12010409>
- Claessens, S., & Yurtoglu, B. B. (2013). Corporate Governance in Emerging Markets: A Survey. *Emerging Markets Review*, 15, 1-33. DOI: 10.1016/j.ememar.2012.03.002

- Dionisio, M., & de Vargas, E. R. (2020). Corporate social innovation: A systematic literature review. *International Business Review*, 29(2). DOI: 10.1016/j.ibusrev.2019.101641
- Duque Hurtado, P. L., Giraldo Castellanos, J. D., y Flórez Giraldo, M. (2023). Análisis de la red de investigaciones sobre innovación social. *Revista De Ciencias Sociales*, 29(4), 230-246. <https://doi.org/10.31876/rsc.v29i4.41250>.
- Esen, A., & Maden-Eyiusta, C. (2019). Delineating the concept of corporate social innovation: Toward a multidimensional model. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 23(1), 23-45. DOI: 10.1504/IJEIM.2019.096497
- Feng, Y., Zhu, Q., y Lai, K. H. (2017). Corporate social responsibility for supply chain
- Franco-Arango, L., & Álvarez-Mesa, C. (2022). Apropiación sistémica de la innovación social corporativa en organizaciones de mercados emergentes: una propuesta para la generación de valor compartido. *AD-Minister*, (40), 65–96. DOI: 10.17230/Ad-minister.40.4
- Fursoy, K., & Linton, J. (2022). Social innovation: Integrating product and user innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121224. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121224>
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. E., & Castuera-Díaz, A. M. (2019, October 1). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. *Sustainability*, 11(20). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su11205614>
- Gallardo-Vázquez., Valdez-Juárez L. E., Lizcano-Álvarez J. L. (2019). Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital: Sources of Competitiveness and Legitimacy in Organizations, Management Practices. *Sustainability*, 11(20), 5843. <https://doi:10.3390/su11205843>
- Gao, Y., Nie, Y., & Hafsi, T. (2023). Not all stakeholders are equal: Corporate social responsibility variability and corporate financial performance. *Business ethics, the environment & responsibility*, 32, 1389-1410. DOI:10.1111/beer.12576
- Gazzola, P., Grechi, D., Ferioli, M., & Slavata, D. (2023). B Corps and listed companies: empirical analysis on corporate social responsibility and innovation activity. *Kybernetes*, 52(12), 5928-5949. DOI: 10.1108/K-04-2022-0549
- governance, globalization*, 1(2), 145-162, DOI: 10.1162/itgg.2006.1.2.145.
- Herrera, M.E.B. (2015). Creating competitive advantage by institutionalizing corporate social innovation. *Journal of Business Research*, 68(7), 1468-1474. DOI: 10.1016/j.jbusres.2015.01.036

- Holmström Lind, C., Kang, O., Ljung, A., & Rosenbaum, P. (2022). Involvement of multinational corporations in social innovation: Exploring an emerging phenomenon. *Journal of Business Research*, 151, 207-221. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.07.003
https://www.nestle.com.mx/sites/g/files/pydnoa511/files/2023-09/Nestle_Informe-CVC-2021-2022_Final_Carta.pdf
<https://www.oecd.org/regional/leed/social-innovation.htm>
- Ikuta, T. y Fujii, H. (2022). An Analysis of the Progress of Japanese Companies' Commitment to the SDGs and Their Economic Systems and Social Activities for Communities. *Sustainability*, 14(8), 4833. <https://doi.org/10.3390/su14084833>
 in a Shining World, *OECD Publishing*, Paris, https://doi.org/10.1787/persp_glob_dev-2017-en
- International Organization for Standardization. (2010). ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. Geneva, Switzerland.
- Jayakumar, T. (2017). Corporate social innovation: an Indian moving company drives industry change. *Journal of Business Strategy*, 38(6), 59-68. DOI: 10.1108/JBS-10-2015-0107
- Kanter R.M. From spare change to real change. The social sector as beta site for business innovation. *Harv Bus Rev*. 1999 May-Jun;77(3):122-32, 210. PMID: 10387574.
- Le, T. T., Tran, P. Q., Lam, N. P., Tra, M. N. L., & Uyen, P. H. P. (2023, August 31). Corporate social responsibility, green innovation, environment strategy and corporate sustainable development. *Operations Management Research*. DOI: 10.1007/s12063-023-00411-x
- Leon Bravo, V., Moretto, A., Cagliano, R., & Caniato, F. (2019). Innovation for sustainable development in the food industry: Retro and forward-looking innovation approaches to improve quality and healthiness. *Corporate social responsibility and environmental management*, 26(5), 1049-1062.
- López Nevarez, V., y Zavala Feliz, B. D. (2019). Social responsibility in the dimensions of corporate citizenship. A case study in agricultural manufacturing. *CIRIEC-España revista de economía publica social y cooperativa*, 97, 179-211. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.97.12566
- Maestre Matos, L. M., Páez Cabas, A. P., Lombana Coy, J. E., & Vega Jurado, J. M. (2021). Innovación social: un análisis bibliométrico del concepto y sus tendencias actuales. *Universidad Empresa*, 23(41), 1-27.
- Mirvis, P., Baltazar Herrera, M. E., Googins, B., & Albareda, L. (2016). Corporate social innovation: How firms learn to innovate for the greater good. *Journal of Business Research*, 69(11), 5014-5021. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.073>

- Mirvis, P., & Googins, B. (2021). Corporate Social Innovation: The Next Stage of CSR. En A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.), *The Routledge Companion to Corporate Social Responsibility* (pp. 13). Routledge. DOI: 10.4324/978100315265
- Mulgan, G. (2006): "The process of social innovation", *Innovations: technology*, Naciones Unidas. (2015) <https://sdgs.un.org/es/goals>.
- Nestle México. (2022). Informe de Creación de Valor Compartido 2021-2022. https://www.nestle.com.mx/sites/g/files/pydnoa511/files/2023-09/Nestle_Informe-CVC-2021-2022_Final_Carta.pdf
- OCDE. (2015). Manual de Frasca+ 2015. *Medición de las actividades científicas, tecnológicas y de innovación*. Obtenido de <http://oe.cd/frascaO>.
- OECD. (2016), Perspectives on Global Development 2017: International Migration in a Shining World, *OECD Publishing*, Paris, https://doi.org/10.1787/persp_glob_dev-2017-en
- OECD. (s.f.). Recuperado el noviembre de 2023, de OECD.org:
- OECD/Comunidades Europea, (2007). *Madrid.org*. Obtenido de Manual De Oslo
- Padilla, C. P., Arévalo, D. X., Bustamante, M. A., Vidal, C. L. (2017).
- Pfeffer, J. (1981). *Power in Organizations*. Marshfield, MA: Pitman.
- Popoli, P. (2017). Corporate Social Innovation in Comparison with Corporate Social Responsibility: Integration, Development or Replacement?. *International Business Research*, 10(10), 148-159. DOI: 10.5539/ibr.v10n10p148
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1-2).
- Ruggiero P. y Cupertino S. (2018). CSR Strategic Approach, Financial Resources and Corporate Social Performance: The Mediating Effect of Innovation. *Sustainability*, 10(10):3611. <https://doi:10.3390/su10103611>
- Saka-Helmhout, A., Chappin, M. M. H., & Rodrigues, S. B. (2022, December). Corporate Social Innovation in Developing Countries. *Journal of Business Ethics*, 181(3), 589-605. DOI: 10.1007/s10551-021-04933-x
- Saka-Helmhout, A., Álamos-Concha, P., Polo-Barceló, C., Edwards, T., & Murray, G. (2024). Corporate social innovation by multinationals: A framework for future research. *International Business Review*. Advance online publication. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2024.102273
- Tabares, S. (2020), "Insights from corporate social innovation: a research agenda", *Social Enterprise Journal*, Vol. 16 No. 3, pp. 317-338. DOI: 10.1108/SEJ-08-2019-0057
- Tabares, S. (2023), Corporate social responsibility or corporate social innovation? Two approaches towards the labour integration of disabled employees in Colombia, *Social Responsibility Journal*, Vol. 19 No. 4, pp. 626-640. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2021-0266>

- Tarnovskaya V, Hånell SM, Tolstoy D. Proactive Corporate Sustainability via Social Innovation—A Case Study of the Hennes & Mauritz Grand Challenge in Bangladesh. *Sustainability*. 2022, 14(2):599. DOI: 10.3390/su14020599
- tecnológicas y de innovación. Obtenido de <http://oe.cd/frascaO>.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Wu, R., Zhang, J., Yu, Y. B., Jasimuddin, S. M., & Zhang, J. Z. (Marzo de 2023). The Impact of Value Cocreation on CSR Innovation and Economic Performance. *Sustainability*, 15 (5), 4008. DOI: 10.3390/su15054008Final del formulario
- Yang, Z. Z., Su, H. N., & Sun, W. Z. (2021, November 30). Can strategic corporate social responsibility drive corporate innovation? *South African Journal of Business Management*, 52(1), 1. DOI: 10.4102/sajbm.v52i1.2577