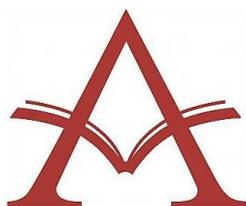


UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
GESTIÓN DE EMPRESAS



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Propuesta de gestión de la innovación para mejorar la
responsabilidad social empresarial en la entidad
financiera Mibanco –Jicamarca, SJL, Lima 2017**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

INTEGRANTES:

Mayumi Jera Aysana Sihuincho

Lisbeth Diaz Najarro

ASESORA:

Dra. Verónica Cuchillo Paulo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLANES ESTRATÉGICOS Y DESARROLLO
INSTITUCIONAL

LIMA, 2019

PROPUESTA DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA ENTIDAD FINANCIERA MIBANCO – JICAMARCA, SJL, LIMA 2017

Presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales - Escuela Profesional de Administración y Gestión de Empresas, para optar el Título de Licenciado en Administración y Gestión de Empresas, en la Universidad Peruana de las Américas.

APROBADO POR:

MG. Alvarado Rosillo, Mario Augusto

.....

Presidente

LIC. Cerdan Flores, Rosa Elizabeth

.....

Secretaria

MG. Olivera Guillen, Edwin Miguel

.....

Vocal

FECHA: 22 de Marzo de 2018

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado especialmente a Dios, pues gracias a su voluntad se ha hecho posible alcanzar un objetivo más en mi vida. También lo dedico a mis padres, a quienes agradezco su apoyo incondicional en toda esta etapa profesional.

Lisbeth Diaz Najarro

El estudio realizado va dedicado principalmente a Dios por cuidarme y cuidar de mi familia todos estos años. A mis padres, quienes estuvieron presentes en cada etapa de mi vida hasta la culminación de mi carrera profesional. A mis hermanos, por guiarme con su ejemplo de superación y sacrificio.

Mayumi Jera Aysana Sihuicho

Agradecimiento

A todas aquellas personas que formaron parte de este progresivo logro, entre ellos a los maestros que estuvieron presentes a lo largo de nuestro aprendizaje en la carrera administrativa.

A Dios, pues gracias a su voluntad nos encontramos ya encaminados.

Resumen

La investigación que lleva por título “Propuesta de gestión de la innovación para mejorar la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mi Banco –Jicamarca, SJL, Lima 2017”, tuvo como objetivo proponer un modelo de gestión de la innovación para mejorar la responsabilidad social empresarial para la organización bancaria Mi Banco, situada en el distrito de San Juan de Lurigancho.

La investigación fue de diseño no experimental, de nivel descriptivo, dado que se procedió a la descripción de las variables gestión de la innovación y responsabilidad social empresarial, también fue propositiva porque se generó una alternativa de solución al problema que presenta la empresa en cuanto a gestión de la innovación y responsabilidad social empresarial y también un nivel de investigación proyectiva pues se espera un beneficio de reconocimiento social a futuro para la empresa. De enfoque mixto, debido a que el estudio se basa en datos numéricos y teóricos. La entidad financiera trimestralmente utiliza un promedio de 65 millares de papel bond y que, una vez utilizados los materiales, gran porcentaje terminan siendo desechados, por tal razón se propuso promover una cultura de reciclaje en la entidad financiera. Se concluyó con una propuesta de gestión de la innovación para mejora de la responsabilidad social empresarial de la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, SJL, Lima, 2017, como respuesta a la escasa incorporación del proceso de reciclaje. La propuesta incluye el reciclaje y la venta de los papeles y grapas desechados por el personal de la agencia financiera con la finalidad de lograr recaudar un fondo destinado al apoyo social al albergue de ancianos desamparados.

Palabras clave: Innovación, Responsabilidad social, entidad financiera.

Abstract

The research entitled "Innovation management proposal to improve corporate social responsibility in the financial institution Mibanco -Jicamarca, SJL, Lima 2017", aimed to propose a model of innovation management to improve social responsibility for the banking organization Mibanco, located in the district of San Juan de Lurigancho.

The research was of non-experimental design, descriptive level, given that the variables of innovation management and corporate social responsibility were described, it was also proposed because a solution alternative was generated to the problem presented by the company in terms of management of innovation and corporate social responsibility and also a level of projective research, as it is expected a benefit of social recognition in the future for the company. Of mixed approach, because the study is based on numerical and theoretical data. The a financial entity quarterly uses an average of 65 thousands of bond paper and that, once the materials are used, a great percentage end up being discarded, for this reason it was proposed to promote a culture of recycling in the financial institution. It was concluded with a proposal for innovation management to improve corporate social responsibility of the financial entity Mibanco - Jicamarca, SJL, Lima, 2017, in response to the poor incorporation of the recycling process. The proposal includes the recycling and sale of paper and staples discarded by the staff of the financial agency in order to raise a fund for social support to the shelter of the homeless elderly.

Keywords: Innovation, Social responsibility, financial institution

Tabla de contenidos

Caratula	
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Tabla de contenidos	vii
INTRODUCCIÓN	viii
1. Problema de la investigación	1
1.1 <i>Descripción de la realidad problemática</i>	<i>1</i>
1.2 <i>Planteamiento del problema</i>	<i>2</i>
1.2.1 Problema general	2
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 <i>Casuística</i>	<i>3</i>
2. Marco Teórico	5
2.1 <i>Antecedentes</i>	<i>5</i>
2.1.1 Internacionales	5
2.1.2 Nacionales	8
2.2 <i>Bases teóricas</i>	<i>10</i>
3. Alternativas de Solución	31
Conclusiones	
Recomendaciones	
Referencias	
Apéndice	

INTRODUCCIÓN

Mibanco inició sus operaciones en 1998 con una Asociación Comunitaria del Perú (ACP) procedente del sector de la micro y pequeña empresa sin fines de lucro. A partir de esos años, Mibanco obtuvo muchos logros, entre ellos un reconocimiento con el Premio a la excelencia, recibido en el año 2006, ganando además el Effie de plata por la campaña créditos aprobados. También, Mibanco ganó una calificación global de desempeño social y en el 2011 obtuvo el grado de inversión BBB. Poco después, Mibanco fue adquirido por Edyficar en el año 2015, produciéndose una fusión por lo que comparten las mismas políticas.

Edpyme Edyficar es una entidad que inició sus operaciones en 1998 como empresa dedicada a la microfinanzas, conformada por un grupo de accionistas, cuya participación mayoritaria pertenecía a la organización nacional de desarrollo sin fines de lucro CARE PERU. Esta entidad junto a su accionista mayoritario tuvo por sede de actividades tres lugares del Perú: Lima, Arequipa y La Libertad. De acuerdo con su segmento de atención se orientó a personas de bajos recursos económicos. En el 2005 participó en la primera operación a nivel mundial de titularización de cartera para microfinanzas, en el 2007 logró acceder a ser la primera empresa microfinanciera no bancaria en acceder con gran éxito en el mercado de capitales, luego en el 2009 pasó a ser subsidiaria del Banco de Crédito del Perú, pasando seguidamente a formar parte del grupo Credicorp.

La empresa se ve en la necesidad de investigar el tema de gestión de la innovación para la responsabilidad social empresarial, en la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, debido principalmente a que en la agencia se observa una escasa cultura del reciclaje por parte de los trabajadores y que para fomentarla es necesario diagnosticarla y proponer mejoras, pues se busca que la agencia logre una política de responsabilidad social

empresarial y, de esta manera, colaborar con el bienestar de la sociedad.

La investigación de este tema recobra gran importancia debido a que la gestión de la innovación promueve nuevas formas y maneras para la generación de valor de una empresa, según lo indica Ramos (2014) en la tesis denominada *Propuesta de un modelo de Gestión de la Innovación para la empresa TTG Mexicana*, que destaca en el mundo actual este tema va recobrando mayor importancia favoreciendo a las empresas para que desarrollen una mejor manera dentro del mercado.

Por las razones ya enunciadas, la presente investigación está plasmada en tres capítulos:

En el primero, se tiene en cuenta el problema de investigación que se define según las variables, gestión de la innovación y responsabilidad social empresarial.

En el segundo capítulo se definen los antecedentes de la investigación y se señala el detalle de las bases teóricas a las que se acudieron para el desarrollo del estudio.

Asimismo, en el tercer capítulo, se anotan cada una de las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos, referentes a la propuesta realizada.

1. Problema de la investigación

1.1 Descripción de la realidad problemática

Mibanco es la empresa financiera más grande del Perú y América Latina que cuenta con una gran trayectoria, habiendo logrado reconocimientos debido a sus excelentes rendimientos en créditos desembolsados. Hoy en día, se está preocupando por el uso eficiente de la energía eléctrica y el agua potable, comprometiendo así a todas sus agencias a nivel nacional, a través de premiaciones como cenas y reconocimientos a la agencia, a que ostenten un mayor índice de ahorro en energía eléctrica y agua potable. Si bien es cierto, la empresa ha tenido un pequeño salto en cuanto a la creación de políticas internas con respecto al uso responsable de los recursos naturales, es posible señalar que no cuenta con una cultura de reciclaje acentuada dentro de sus agencias; muy por el contrario, los papeles que ya no se usan terminan diariamente en los tachos de basura. Es por ello que, como eje de investigación, se ha decidido tomar esta situación al detalle dentro de la entidad financiera Mibanco Agencia Jicamarca.

Esta agencia cuenta con tres áreas: el área de negocios que está conformada por 20 asesores de negocios, quienes se encargan de promocionar, evaluar y recuperar; también se encuentra un jefe de negocios quien se encarga de la supervisión y aprobación de los créditos hasta un monto determinado y, al mando, se encuentra el Gerente de Agencia, quien es el responsable de gestionar adecuadamente la agencia y la aprobación y supervisión de créditos desde un monto determinado. Asimismo, se tiene el área de operaciones donde se encuentran dos ejecutivos de banca y servicios, dos representantes de banca y servicio y un jefe de banca, todos ellos encargados de realizar los desembolsos de los créditos y, por último, el área de recuperaciones, conformada por una sola persona, quien se encarga de realizar los debidos cobros de los clientes que figuran en mora dentro de la cartera de los asesores y que, debido

a ello, pasan a la cartera de área de cobranzas.

Al tratarse de una entidad financiera que trabaja con documentación, demanda que los trabajadores de Mibanco hagan uso de mayor cantidad de papel bond. Un ejemplo de ello se da en el área de negocios, pues al armar los casos para las evaluaciones de los créditos y las aprobaciones, se presentan algunas fallas necesarias de corregir, lo que demanda realizar nuevas impresiones, reportes del Registro Consolidado de Créditos (RCC) e Infocorp de los posibles clientes que califican o no califican para un préstamo, generando así que se desechen los papeles con mayor frecuencia. De igual manera, ocurre en el área de operaciones en donde son desechados los documentos que los clientes firman y no llegan a coincidir con el de su DNI, por lo que vuelven a reimprimirse.

Al sumarse el total de hojas bond que se desechan, se observó que más de un (1) paquete diario se vota por área, entre los asesores y operaciones. Al no contar con una empresa encargada de comprar o reciclar, simplemente se desecha a la basura, perdiendo así una gran oportunidad para el reciclaje como acción de responsabilidad social. Por tal motivo, se ha tomado este tema de investigación a fin de aprovechar la oportunidad y darle mejor uso al papel que se desecha. La propuesta es la implementación de una cultura de reciclaje dentro de la Agencia Mibanco-Agencia Jicamarca.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la gestión de la innovación ayudará en la mejora de la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mibanco - Jicamarca?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuáles son los procesos que definen la gestión de innovación que influirá en la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mibanco - Jicamarca?

¿Cuáles son las teorías de la gestión de la innovación que influirá en la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, SJL, Lima 2017?

¿Cuál es el diseño de propuesta para la gestión de la innovación para la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, SJL, Lima 2017?

Objetivo general

Proponer un modelo de gestión de la innovación para mejorar la responsabilidad social empresarial de la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, SJL, Lima 2017.

Objetivos específicos

Identificar los procesos de la gestión de la innovación.

Analizar las teorías sobre responsabilidad social empresarial.

Elaborar una propuesta de gestión de la innovación que incluya actividades de la responsabilidad social empresarial para la empresa.

1.3 Casuística

En la actualidad, la agencia Mibanco-Jicamarca, si bien se orienta al cumplimiento de las políticas organizacionales acordes con las exigencias nacionales, requiere de implementar un sistema de innovación respecto a la utilización y reciclaje de papeles. Cabe

mencionar que recientemente se implementó el proceso de mejora dentro de la agencia para el cuidado de la energía eléctrica y agua potable, lo que se viene ejecutando de manera satisfactoria, gracias a la colaboración del personal en conjunto, compromiso y buen ambiente laboral que se vive dentro de ella.

Sin embargo, pese a la atención puesta en la energía, el reciclaje no ha cobrado la importancia necesaria en la oficina. Es notable el desperdicio que se genera por el desecho de papeles usados, por esta razón se está proponiendo implementar un proceso mediante el cual se logre reducir en gran porcentaje el desperdicio de las hojas que ya fueron utilizadas. Con esta propuesta se logrará concientizar a todo el personal de la agencia y, con ello, inculcar una cultura de reciclaje en bien de colaborar con la responsabilidad social empresarial.

En ese sentido, Ramos (2014) resalta respecto a la gestión de la innovación: la empresa TTC se propuso buscar las herramientas necesarias para desarrollar los trabajos de las empresas para que sean más prácticos, lo que hacen es gestionar las solicitudes de apoyo, con lo cual se pueda desarrollar nuevos productos y servicios, de tal forma que se pueda cubrir las demandas que pueden existir en la población. Por ello, dispuso de un sistema de gestión apoyada sobre los procesos internos que lograron restaurar la agilización de atención al cliente. Con la implementación del nuevo sistema de gestión se tuvieron que capacitar a todos los trabajadores sobre los manejos que se debían de realizar en la gestión de la innovación. Esto nos sirve para contar con un plan de apoyo, una guía importante para lograr el desarrollo de la propuesta en beneficio de todos los grupos de interés de Mibanco.

Adicionalmente, Gómez, Gómez y Tinjacá (2013) menciona que actualmente el sector confección, que se basa en su autonomía, recomienda que las organizaciones departamentales y regionales intervengan en la industria manufacturera y, a su vez, ayuden

en la generación de políticas administrativas, comerciales y financieras, orientadas a la creación de programas que ayuden a las microempresas en la mejoría de la calidad en su producción, basados también en una buena visión, encaminadas hacia una mejora constante, con creatividad y responsabilidad con el medio que ocupa, asimismo los recursos que utiliza en bienestar de la sociedad en su conjunto. De la misma forma, en una empresa financiera se requiere generar una visión que se preocupe en mejorar de forma constante cada uno de los procesos implantados en la organización, a fin de desarrollar la creatividad por parte de los involucrados.

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Ramos (2014) en la tesis denominada *Propuesta de un Modelo de Gestión de la innovación para la empresa TTG Mexicana*, para acceder a la maestría en política y gestión del cambio en el Instituto Politécnico Nacional, México. Tuvo por objetivo proponer una muestra en la que se pueda buscar las herramientas que sean necesarias para poder desarrollar con mayor desempeño los trabajos en la empresa, así como también para que los procesos a realizar no sean muy extensos, si no que se deban remodelar para lograr mayor rapidez. La metodología que utilizó fue comparativa planteándose como objetivo la búsqueda de similitud. Tal comparación se basa en un criterio de homogeneidad. Al respecto, concluyó que actualmente a las empresas que permanecen en el mercado, se les hace complicado adaptarse al cambio de la innovación, tanto en los productos ofrecidos como en los servicios. Esto ocasiona que las empresas pierdan clientes, pues de una u otra manera se despreocupan de fidelizarlos satisfactoriamente. La innovación en las empresas cada día se está

convirtiéndose en la más importante característica empresarial, por el mismo hecho que está brindando la posibilidad de aprovechamiento y mayor intervención en los mercados.

Gómez, Gómez y Tinjacá (2013) en la tesis denominada *Relación existente entre la Gestión de la Innovación y la Capacidad Competitiva de la Micro, Mediana y Gran Industria del sector confección en las ciudades de Pereira y Dosquebradas*, para acceder a la maestría en Creatividad e Innovación en la Universidad Autónoma de Manizales, Colombia. Plantea por objetivo medir la relación que existe entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de las empresas en los rubros de confección textil con el fin de regularizar las deficiencias existentes. La metodología que usa la investigación es de tipo cuantitativo, descriptivo correlacional, descriptivo por el propósito de especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos y comunidades; correlacional porque conllevará a medir el grado de relación existente entre las variables propuestas. El estudio se realizó con una población de 209 empresas y una muestra de 144 empresas. Se concluyó que las empresas de confecciones textiles presentan problemas durante años con respecto a las pérdidas económicas que tuvo Colombia en los años 90, generando que bajase los altos índices de rotación y productividad con las que contaba. También, señalaron que las empresas del día de hoy no se están preocupado por innovar sus procesos; por ende, la producción que realizan y los trabajos que se hacen no son los mejores.

Heno (2013) en la tesis denominada *La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha S.A*, para acceder al título de Magister en Administración en la Universidad Nacional de Colombia. El objetivo de la tesis fue la presentación de una estrategia con respecto a la RSE que influya en la empresa Pranha S.A. Se aplicó un tipo de investigación cualitativa (descriptivo – propositivo). Se concluyó que

para Pranha S.A. tomar en cuenta el concepto de RSE le ayudará a generar valor y reconocimiento ante su público, más que sólo buscar una mejora en su imagen.

Murcia (2012) en la tesis *Modelo para la evaluación de la innovación. Un enfoque multidimensional e interdisciplinar*, para acceder a la tesis doctoral en la Universidad Autónoma de Madrid, España. Planteó por objetivo presentar un modelo de innovación que involucre varios aspectos y que relacione los diferentes puntos de vista de la innovación. Su metodología fue de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). En conclusión, a fin que cumplan con el planteamiento del objetivo, la investigación demanda la búsqueda de nuevas teorías, con el objetivo de que la información adquirida sea más valorada para las situaciones en estudio.

Cano (2011) en la tesis denominada *Percepción de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial en los Ejecutivos de Monterrey*, para optar por el grado de maestría en Ciencias Sociales en la Universidad de Nuevo León, Monterrey, México. El objetivo de esta tesis fue identificar el nivel de conocimiento que tienen los administradores de las grandes empresas Regiomontanas, con respecto a la ética y RSE, dentro del contexto de desarrollo industrial de la ciudad de Monterrey. Aplicó una metodología de investigación cualitativa. Se trabajó con una población de ejecutivos gerenciales de las grandes empresas Regiomontanas, tomándose una muestra de 11 ejecutivos, a quienes se administró como instrumento de medición un cuestionario. Según el análisis, los administradores cuentan con distintos puntos de vista en cuanto al logro de la rentabilidad en la organización a un largo plazo, para así mejorar la eficiencia dentro de ella y poder ayudar de manera responsable a la población en la cual se sitúa. Se concluyó que para los administradores, la motivación es la causa de la imagen que se genera en la empresa a través de las actividades de RSE que se realiza.

Buriticá (2011) en la tesis denominada *La Responsabilidad Social Empresarial y su Relación Teórica con la Gestión de Talento Humano*, para acceder al grado de magister en Gerencia de Talento Humano II Cohorte en la Universidad de Manizales, Colombia. Esta tesis tuvo como objetivo la identificación de todos los elementos que puedan relacionar a la RSE con el talento humano. Se realizó una metodología cuantitativa aplicándose un estudio de tipo exploratorio y como instrumento de estudio la ficha de contenido. Según el análisis realizado, hace falta un sustento teórico en cuanto a la manera de ejecutar las prácticas de gestión de talento humano (GTH). También se indica que a medida que se tenga al personal de GTH más comprometido y con manejo de principios éticos, con mayor facilidad se logrará el desarrollo de una organización más responsable.

2.1.2 Nacionales

Carrasco (2015) en la tesis titulada *Gestión de la Innovación y el Desarrollo Tecnológico en la gran Minería a tajo Abierto del Perú: Estudio de casos*, para optar el grado de Magister en Administración en la Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima, Perú. Tuvo por objetivo orientar la gestión de la innovación para el desarrollo de procesos tecnológicos, para la implementación de procesos tecnológicos dentro de la minería. Se manejó un enfoque de investigación cualitativa, con una metodología correspondiente al estudio de casos múltiples con una única unidad de análisis. Se concluyó que los motivos principales que hacen que las empresas mineras a tajo abierto no consideren necesario la implementación del campo de gestión de la innovación, se debe a la falta de ideas que provengan del personal propio y de sus proveedores. A pesar de lo mencionado, existe una empresa minera en el Perú que cuenta con un centro de innovación tecnológica en la cual desarrolla nuevos sistemas para el tratamiento de sus procesos, lo que contribuye a mejorar la imagen de esa organización.

Morales (2015) en la tesis titulada *Gestión de la Innovación en una Empresa de alimentos. Un estudio de caso*, para acceder al grado de Magister en la Administración en la Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima, Perú. Tuvo por objetivo detallar la metodología aplicada en el estudio de una empresa de alimentos y dar a conocer el sistema de gestión de innovación aplicado de acuerdo al modelo en la empresa Vesta S.A. La investigación que se manejó siguió un nivel descriptivo de enfoque cualitativo, pues se recolectó información por intermedio de instrumentos como la entrevista, observación directa y acceso a documentación de la empresa y una metodología de caso simple. Se concluyó que la empresa maneja los seis elementos existentes en la Gestión de la Innovación, teniendo como las mejores: vigilar, focalizar, capacitarse e implantar, seguidas por proteger y aprender. Para el caso de estos dos últimos elementos se han considerado los más importantes pues el elemento *aprender* permite captar los conocimientos generados y el *proteger* permite que la empresa innove tomando las medidas necesarias, para no ser copiados por sus competidores. Dentro de la empresa se ha podido identificar facilitadores como es el caso de la competencia existente y la normativa cambiante que han permitido a la empresa mantenerse en el tiempo bajo una constante actualización; así como se distinguen barreras siendo la más importante la centralización de funciones y la baja intensidad tecnológica y, por último, el elemento común entre las dos iniciales ha sido la cultura de la empresa, dependiendo del elemento que se evalúe.

La Rosa, Regalado, Ventura y Vera (2013) en la tesis titulada *La Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el Comportamiento de Compra de los Consumidores de Hamburguesas en Lima Metropolitana – Hombres de 18 a 24 Años de Edad*, para acceder al grado de Magister en Administración en la Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima, Perú. Tuvo por objetivo identificar si el motivo de compra de hamburguesas en los hombres

de cierto rango de edad, y cómo está relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial, y de esta manera contribuir con el estudio de consumo responsable. La metodología usada para la investigación fue investigación cuantitativa correlacional con aplicación de modelos de elección directa. Los datos fueron recolectados de una forma oportuna, contando con una muestra de 132 consumidores de hamburguesas, con edades entre 18 y 24 años, en Lima. Se concluyó que gran parte de la población tomada como muestra logra definir al final la compra de hamburguesas considerando criterios como la calidad de productos, preocupación por el medio ambiente, apoyo de programas de lucha contra la pobreza, buen trato a sus trabajadores y, por último, que ofrezca productos de variedad, todo ello con respecto a las empresas que las brindan. Si bien es cierto que los consumidores limeños conceden mucha importancia al tema de costo del producto, si la empresa brinda una combinación adecuada entre precio, competencias empresariales y acciones responsables, serían razones suficientes para que se inclinen por esta opción de compra.

2.2 Bases teóricas

Gestión de la Innovación.

Conceptos de gestión de la innovación

Benavides (2011) definió gestión como un conjunto de orientaciones sobre las tareas y actividades que se desarrollan:

(...) guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su

consecución. (p. 13)

Gestión vienen a ser las pautas para la orientación de los hechos, precaución y visualización para uso de todos los miembros, respecto a los recursos y los esfuerzos que van dirigidos a la realización de logros tomando como principal referencia los objetivos plasmados, para lo cual también se requiere un tiempo determinado en la ejecución de cada parte componente de los eventos involucrados en la consecución de los objetivos.

Cano (2006) definió gestión como aquella que hace uso de diversas operaciones para obtener logros determinados:

Consiste en proporcionar las herramientas de una acción operacional para garantizar eficacia y operatividad. Se considera como la capacidad para definir objetivos realizables la administración, determinación, consecución, asignación y combinación de los recursos necesarios para la ejecución de los planes, al igual que el diseño de canales formales de comunicación y auto cuidado (p. 28).

Se está definiendo la gestión como la capacidad de brindar todas las herramientas que sean necesarias para una acción operativa que garantice resultados de manera efectiva. También está considerado como la capacidad de ejecución de los objetivos, la gestión, precisión, adquisición, atribución y mezcla de todos los recursos fundamentales para la realización del proyecto, de la misma forma que el plan de los canales responsables de comunicación y auto atención.

Ramírez (2005) hace hincapié en los saberes que implican los procesos administrativos para la innovación: “Menciona conjunto de conocimientos modernos y sistematizados en relación con los procesos de diagnóstico, diseño, planeación, ejecución y control de las acciones tecnológicas de las organizaciones en interacción con un contexto

social orientado por la racionalidad social y técnica”. (p. 14)

La definición del autor toma la gestión como una diversidad de conocimientos actualizados que van en relación de los diversos procesos que engloba la tecnología actual, como la identificación, creación y organización de un modelo de gestión, su puesta en marcha y finalmente supervisión de la misma, siempre relacionándose con su entorno social.

De acuerdo con Ángel (2009) tomando como base a Schumpeter (1942) señala que:

Entendió la innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión. (p. 1)

Innovación se entiende como una de las causales de los desarrollos de la economía, como los procesos de modificación y mejoramiento de la economía, tanto como colectivo y cultura. Se definió como el inicio de los actuales bienes que se tiene y servicios que ofrecen los mercados, la aparición de las actuales técnicas de elaboración y transporte. El logro del inicio de los actuales mercados, la concepción de una actual fuente de propuesta de productos que no están terminados, la permutación en la empresa en el curso de gestión.

Ferrás (2014) consideró la definición de la OCDE (1981) señalando que:

(...) la innovación como todos los pasos científicos, comerciales, técnicos y financieros necesarios para el desarrollo e introducción en el mercado con éxito de nuevos o mejorados productos, el uso comercial de nuevos o mejorados procesos y equipos, o la introducción de una nueva aproximación a un servicio

social. La ID es sólo uno de estos pasos (p. 1).

La innovación también se define como los pasos de la ciencia desde los ámbitos mercantil, técnico y financiera, fundamental para el crecimiento en los nuevos mercados con creciente porcentaje de nuevos productos, la orientación de las empresas hacia los productos mejorados con la innovación nuevos servicios a ofrecer para el colectivo.

Éxito empresarial (2010) señala que “la innovación sistemática consiste en la búsqueda, organizada y con un objetivo, de cambios y en el análisis sistemático de las oportunidades que ellos pueden ofrecer para la innovación social o económica”. (p.1)

También la gestión de la innovación se puede definir como la búsqueda por parte de la organización de todas las oportunidades seguida de objetivos, para así lograr cubrir las demandas del mercado y desde la creación de nuevos productos y procesos que sean beneficiosos para la organización.

Ángel (2009) llegó a presentar la siguiente definición:

La gestión de la innovación se ha definido como el proceso orientado a organizar y dirigir los recursos disponibles, tanto humanos como técnicos y económicos, con el objetivo de aumentar la creación de nuevos conocimientos, generar ideas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los existentes, y transferir esas mismas ideas a las fases de fabricación y comercialización. Esta iniciativa surge a principios de los ochenta a través de la gestión de investigación y desarrollo, y buscaba mejorar el uso de recursos materiales y humanos para producir conocimientos. Sin embargo, posteriormente las empresas comprobaron que no era suficiente con resolver los problemas de investigación y desarrollo (investigar por investigar), ya que lo

importante es que los resultados se evidencien a través de la innovación al generar nuevos productos o procesos, y por lo tanto beneficios empresariales. Luego, la gestión de la innovación incluye tanto al desarrollo, como la fabricación y el lanzamiento de nuevos productos, y los estudios de las razones de éxito o fracaso en el proceso de comercialización (p. 1).

De acuerdo con Iguarta (2009), gestión de la innovación se define como los pasos empresariales conducentes a focalizar para organizar y guiar los recursos que se encuentran libres, como es el caso de las personas, como también el recurso tecnológico y a la vez el recurso económico. Todos ellos con la visión de incrementar la innovación, añadir ideas que admitan la obtención de productos novedosos, etapas y servicios, así como optimizar o intercambiar los mismos conceptos de las etapas para la elaboración y la distribución. Esta propuesta se inicia en los años ochenta mediante la gestión de la innovación y formación, en busca de la optimización en el uso de los recursos. Después de lo cual las organizaciones comprueban que no todo lo aplicado es suficiente para solucionar la dificultad de investigación, pues lo primordial es la obtención de respuestas que estén visibles dentro de la gestión de la innovación, para permitir innovar incrementando el portafolio de productos y sistemas que sean de beneficio para las compañías, junto al desarrollo, elaboración y propagación de los actuales productos, así como generar crecimiento en el proceso de distribución o su o fracaso.

De este modo, la gestión de la innovación no hace referencia solo al cambio tecnológico, pues se trata también, del uso de la tecnología, de personas, de la cultura comunitaria y de la organización, así como de los procesos de negocio. La gestión de la innovación requiere de la gestión de tres ciclos:

Del ciclo primario de innovación (representando el proceso de generación de

nuevas ideas de producto, desarrollo de producto y procesos, producción y marketing), del ciclo de aprendizaje (evaluación interna y externa, cuantificación y entendimiento), y del ciclo estratégico implicado de la definición de los objetivos y estrategias de la empresa a largo plazo. Todo ello apoyado por una gestión del conocimiento y la tecnología, recursos, herramientas y sistemas, y liderazgo y cultura. (Iguarta, 2009, p.54)

La gestión de la innovación (G-I) no sólo trata acerca de los cambios científicos y tecnológicos sino que también, se refiere a la cultura de la organización, como las etapas de la empresa. En esta parte, la G-I define tres puntos, al primer punto se le define como la creación de nuevas y distintas ideas innovadoras para la salida de un producto, ya en el segundo punto define la evaluación de los procesos tomando en cuenta factores internos y externos y, como último punto, se define las estrategias a seguir por parte de la empresa tanto a corto como a largo plazo. La G-I se encuentra apoyada por las gestiones de aprendizaje y tecnológico, acompañado de un sistema de liderazgo. Todos estos puntos serán posibles si están basados junto con la parte tecnológica, los conocimientos, los recursos físicos y gran capacidad de involucramiento y liderazgo.

Por su parte, Luna (2012) afirma que gestión de la innovación “es la capacidad de reunir, organizar, y optimizar, de una forma eficiente y eficaz, los recursos tecnológicos disponibles, con miras a la implantación y cumplimiento de la estrategia formulada por la dirección de la empresa” (p. 1).

Respecto a ello, se puede decir que la G-I es la amplitud de juntar, prevenir y agilizar, de una manera más rápida y precisa, todos los recursos basados en la tecnología que se puedan encontrar disponibles, con visión de colocación y alcance de los métodos organizados por la empresa a desarrollar, también buscar el logro de una empresa innovadora.

Características de gestión de la innovación

Enciclopedia de Características (2017) señaló diez características para la gestión de la innovación: (a) La investigación sobre la innovación se refiere al origen de los casos que se dan a desarrollar en todo el ámbito a investigar y la actualización productiva; (b) creatividad, que consiste en generar algo nuevo que sea original en cuanto a los productos que se ofrecen y los servicios, de esta manera se llamará la atención de los clientes para también poder captar clientes potenciales; (c) incertidumbre, sobre la que no tenemos la manera de medir los resultados si funcionará o no la innovación a realizarse, además de la inversión, es por ello que lo importante es que las empresas hoy en día sean más competitivas; (d) empresario innovador, es decir, todas las personas creativas, a quienes les gusta estar en constante renovación, quienes obtienen reconocimiento a través de sus ventajas competitivas; (e) administración de innovación empresarial, cuenta con tres puntos importantes, la primera fase que es la de impulso, que trata de mirar las nuevas cosas que salen el mercado, para que de esta manera se puedan reconocer a las nuevas tecnologías; la segunda fase de evaluación se realiza si en el área es factible o no; el tercer punto es la transferencia tecnológica que refiere a dotar de habilidades a los miembros del equipo pertenecientes al área. (f) Estructura organizativa, que viene a ser la visualización de la empresa, ver que tan implementada se encuentra para que se pueda observar y determinar si existe innovación. (g) Inversión, pues todo proceso de innovación necesita invertir, para realizar compras de materiales, herramientas que sean necesarios hasta llegar a nuestro objetivo que es la innovación. (h) Conocimiento de la tecnología, pues actualmente se debe conocer sobre la tecnología, ya que el beneficio es para la empresa en su conjunto al innovar así como el conocimiento tecnológico genera beneficios al ser incorporado. (i) Competitiva, porque en las organizaciones a través de la innovación los productos pueden llegar a ser más rentables y, por ende, generaría un mayor margen para competir dentro del mercado, pero

también puede ocurrir que aquellas cosas innovadoras, se copien dejando de ser originales.

(j) Ventajas y desventajas, dado que la innovación hace que la fabricación se realice con una gran eficiencia; el sistema tecnológico hace que los procesos sean rápidos y productivos, pero esto conlleva a que se necesite menor mano de obra. Como ventaja se considera su rapidez y practicidad en el uso y adquisición; mientras la desventaja se orienta a disponer de personal con escasa experiencia y capacidad para el trabajo, pero no todas las empresas tienen la posibilidad de contratarlas.

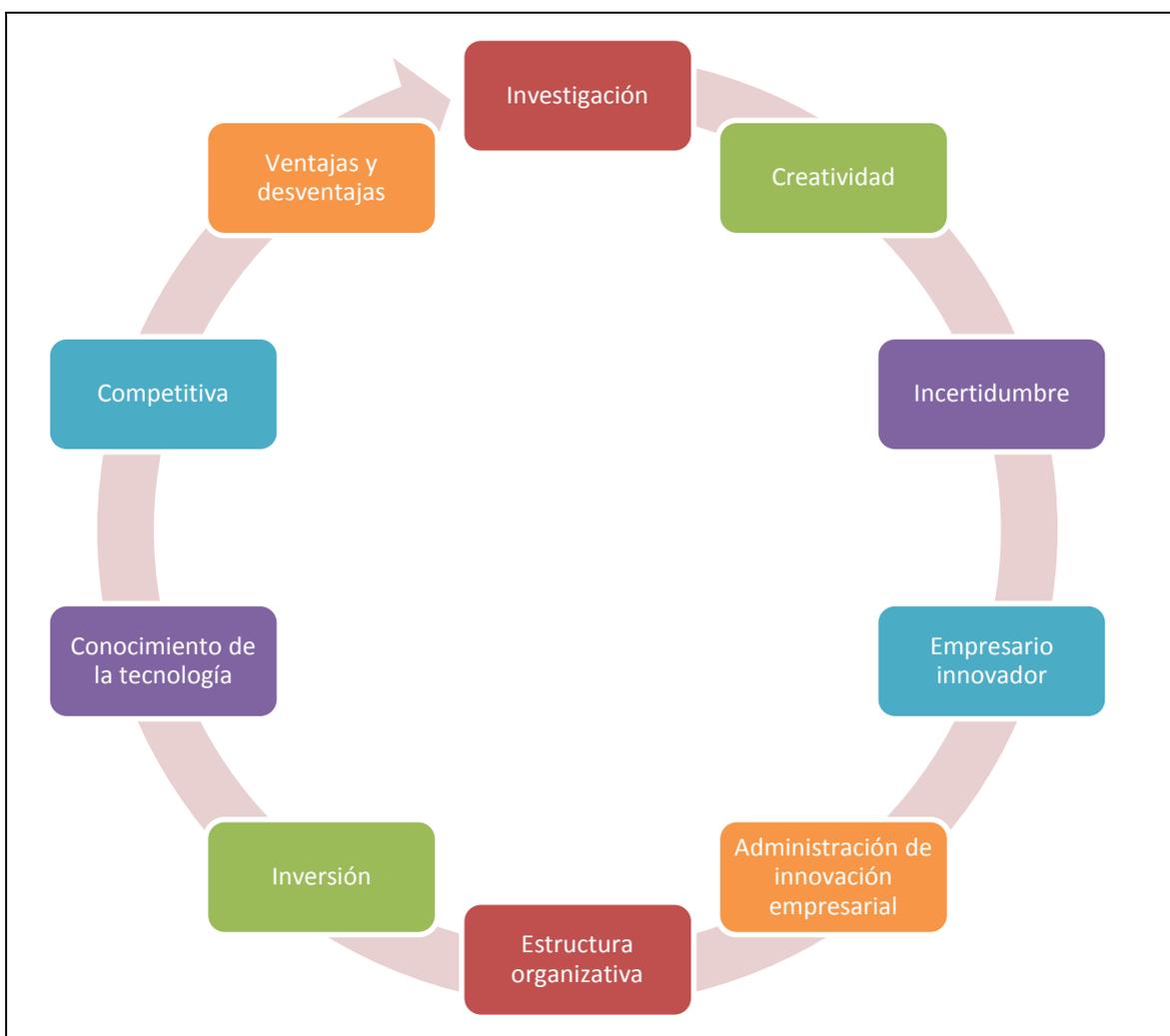


Figura 1. Características de la Gestión de innovación.

Tipos de la gestión de la innovación

De acuerdo con Innovación Esan (2016), respecto a la gestión de la innovación, se deben considerar los siguientes puntos: (1) Producto y servicio, se inicia en los mercados actuales de productos o servicios, agregando alternativas que asumen significados en las direcciones técnicas, así como sus elementos constituyentes, herramientas o en su función integrada al software. El desafío de la estrategia para las organizaciones es que se logre continuar con sus actuales pensamientos y así poderlas consagrar en productos y servicios negociablemente en un éxito. (2) La innovación de procesos, se refiere a la colocación de actuales pasos de elaboración, logística o repartimiento, indica el cambio de los modelos en las cuales se realizarán las cosas en la organización, el inicio de los pasos de la producción que puede ser guiado al crecimiento del producto ya finalizado para su reducción de costo de elaboración. En corto tiempo a lo propuesto y con valor agregado. (3) En cuanto a la innovación organizacional, se aplican técnicas de organización en la empresa, siendo desarrollados en la gestión de sabiduría, realización, valoración y crecimiento de los recursos humanos, como un nuevo inicio de la empresa, gestión de la cadena de suministro, sistema de calidad, desempeño del trabajo y las relaciones externas. Por ello, se consideran como los nuevos procedimientos para llevar los servicios a las personas, incorporando nuevas formas de agilizar los pasos. (4) La innovación de marketing, refiriéndose a la colocación de actuales pasos de marketing, incorporando la mejora constante en la imagen de un producto, de los precios, el reparto y la promoción.

Importancia de la gestión de la innovación

Igartua (2009) señala que la gestión de la innovación se ha abierto paso entre las diversas disciplinas empresariales y académicas: “Durante los últimos años se ha estado incrementando el interés sobre la gestión de la innovación considerablemente entre las personas, ya sean, profesores, académicos e investigadores. De esta manera, se está incorporando una nueva rama en la administración”. (p. 2)

Al paso de los años, la gestión de la innovación se ha estado convirtiendo en uno de los cambios más importantes para las empresas y personas, es por ello que al mismo tiempo, para algunos estudios realizados por alumnos, profesores e investigadores, se presenta como variable de interés en el transcurso de los últimos años, propiciando que la gestión de la innovación se vuelva una clave importante para el estudio de la administración.

Procesos de la gestión de la innovación.

Igartua (2009) resalta que los procesos de la gestión de la innovación, se asimilar a los aspectos de la innovación tecnológica, pues se comparten objetivos que conllevan a la mejora de distintos campos competitivos de la organización con el uso adecuado de la tecnología. Algunas veces las partes son utilizadas por distintas maneras pues sus márgenes no se encuentran relacionadas. Los Organismos Técnicos de Capacitación (OTEC) plantea los procesos de la innovación en un periodo en la que se puedan realizar las tareas, dentro de los enfoques se cuentan: (a) Vigilar, orientada a buscar indicadores de la empresa para caracterizar que carecen de innovación, de tal forma que se identifican cuáles son las oportunidades que se pueden encontrar, para que a la empresa no sufra por los cambios en el futuro. (b) Focalizar, que quiere decir que la focalización está centrada en una estrategia que se viene desarrollando para que pueda funcionar de la mejor forma posible. También la focalización está centrada en solución de los problemas. (c) Capacitar, definida en poner en

marcha las capacidades de la organización, con el propósito de lograr una respuesta de parte de la propuesta elegida. (d) Implantar, que consiste en poner en funcionamiento el proyecto realizado sobre la innovación, empezando desde una idea y continuando con los pasos para su desarrollo, hasta la conclusión de la programación del producto y del servicio. (e) Aprender, que indica que se debe visualizar el cómo resultó la innovación implementada, si se logró lo esperado o no.

Responsabilidad Social Empresarial

Concepto de responsabilidad social empresarial

Según el Libro Verde de la Comisión Europea (2001): “La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (p. 13).

Cabe mencionar que la responsabilidad social empresarial es un acuerdo al cual, finalmente, llegan las empresas, con el único fin de influir en la mejora de la sociedad y contribuyendo con el medio ambiente de una manera progresiva.

Pedro Francés (2004) señaló que “La RSE consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de las responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano” (p. 17).

Por lo tanto, la RSE es una aceptación voluntaria que toma la empresa ante el impacto que genera en el medio ambiente y la sociedad, para así compensar de alguna manera sus efectos posteriores, debido a los daños que genera.

De acuerdo con la Guía ISO 26000 (2010): Se trata de la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, incluida la salud y el bienestar de la sociedad; teniendo en cuenta las expectativas de las partes interesadas; su conformidad con las normas internacionales de comportamiento, integrada en toda la organización y aplicada en sus relaciones en su ámbito de influencia.

Por ello, es la obligación de las empresas para frenar los impactos causados al medio ambiente que es ocupado por ellas, así como para con la sociedad afectada, teniendo como referencia las necesidades de los interesados, siempre basados en las normas de toda organización.

Características de la responsabilidad social empresarial.

Según se puede indicar en Sendotu (2011) se mencionan las siguientes características:

Reconocimiento e importancia de la estrategia central del negocio. Trata del modelo tomado por aquellas empresas grandes que son responsables socialmente y que manejan una política de sostenibilidad y que además han fijado en un pilar del negocio.

Crear valor compartido. Referida a la manera de cómo las empresas buscan la generación de un mejor retorno de inversión para los propietarios y accionistas que la conforman, relacionando fuertemente la RSE con la innovación, para términos de desarrollo progresivo y ayuda a sobrellevar los retos sociales.

Reconocimiento detallado de los derechos humanos y consideraciones éticas. También tomando en cuenta las consideraciones medioambientales y la de los consumidores.

Referida a enmarcar el concepto de RSE, como acciones que toman las empresas, más allá de sus obligaciones legales, con el fin de lograr un bien común para la sociedad, basados en los principios internacionales de la RSE, directrices de la OCDE (2005) y los principios de los Derechos Humanos, con la norma ISO 26000.

La RSE está incluida en el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales.

Relación con los grupos de interés. Las empresas con responsabilidad tienen siempre en cuenta las expectativas que su público espera de ellas y, por ende, se preocupan en satisfacerla.

La RSE está definida como un proceso dinámico que influye en todas las áreas funcionales de la empresa. La RSE es uno de los caminos hacia la excelencia.

Tipos de responsabilidad social empresarial.

Los tipos de responsabilidad social empresarial tienen mucho que ver con los modelos sociales existente; por lo tanto, para comprenderlo es preciso mencionar:

Uno de los tipos es el estratégico-instrumental de responsabilidad social empresarial, la cual consiste en la unión de sociedades que se basan en el nuevo contexto global que buscan actuar de manera responsable con el único fin de una mayor rentabilidad, reduciendo los riesgos por los problemas que puedan ocasionarse con los *stakeholders*, retención de talento, mejora en su financiamiento y la influencia en los poderes políticos.

En el segundo tipo se tiene el normativo-prescriptivo que ha sido adoptado por el entorno institucional público y organizaciones de sociedad civil, basados en razones sociales, la ética, los contratos justos, la justicia equitativa; en pocas palabras busca el bienestar de la

sociedad de muchas formas de manera desinteresada.

Importancia de responsabilidad social empresarial.

La responsabilidad social empresarial toma gran importancia en los últimos años, específicamente en las empresas, gracias a su puesta en marcha, generando efectos positivos directos como el logro de un mejor entorno de trabajo, mejor uso de los recursos naturales y el incremento de la competitividad.

También se generan efectos indirectos como la buena percepción de los consumidores e inversores de la empresa, el cual amplía la oportunidad de la empresa dentro del mercado.

Relación de la RSE y la Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)

Según Zwetsloot y Starren (2003) todas aquellas actividades de las organizaciones que contribuyen a la mejora de la SST como la seguridad en zonas públicas se suman a la RSE, como resultado la SST es un elemento de importancia en el ámbito de la RSE.

La valoración de los aspectos de la SST, dentro de la RSE, ayuda en la estimación del público respecto a las actividades realizadas, el valor añadido, productividad laboral y la fidelidad. De tal manera que se puede afirmar que la prevención de riesgos no sólo es una parte de la RSE, más bien forma parte importante en los derechos de las personas, para el logro de la excelencia empresarial, haciendo a la empresa cada vez más competitiva.

Según Sanders y Roefs (2001), la combinación adecuada de la RSE y la SST conllevará a construir una buena imagen de la empresa, tanto como atraer a profesionales en búsqueda de un posible empleo.

Teorías de la responsabilidad social empresarial

ISO 26000

De acuerdo a la ISO 26000 (Norma Guía) definido por Duque, Cardona y Rendón (2013): “Se define como la obligación que tienen las empresas ante los impactos ambientales, que sus acciones puedan ocasionar, guiado en un comportamiento ético y social”. (p. 201)

Se puede mencionar que los investigadores y académicos, que tratan el tema de RSE, pueden concluir que no existe uniformidad sobre el contenido teórico o las implicaciones sociales con respecto a la responsabilidad social. Cada región del país cuenta con una agenda propia de acciones de responsabilidad social.

De acuerdo a la AA 1000 (Norma de aseguramiento), definido por Duque, Cardona y Rendón (2013): La responsabilidad social empresarial es la actuación de las empresas de una forma transparente, siempre preocupada y el interés de las partes involucradas sometidos al cumplimiento de los estándares y regulaciones legales correspondientes.

Según el SGE 21: 2008, (Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable), definido por Duque, Cardona y Rendón (2013): La responsabilidad social se define como la afiliación voluntaria de las empresas con respecto a la toma de importancia por temas medio ambientales y derecho de las personas siguiendo de manera obligatoria las normas legales vigentes.

Desde el contenido de la Norma SA 800, definido por Duque, Cardona y Rendón (2013): Es un generador de ventajas para toda aquella organización que desee comprometerse con los principios sociales y éticos que a medida que va avanzando su aplicación en el tiempo, traerá consigo muchas mejoras sociales como económicas.

Según la evolución de la RSE, es necesario enfatizar su paso a lo largo del tiempo pasando de un concepto a otro, para así identificar qué sucede en la actualidad. Tal evolución se encuentra conformado por fases:

Una fase inicial que tuvo sus inicios en el siglo XIX y parte del siglo XX, en la que no se la conocía como RSE, debido a que las mismas organizaciones procuraban soluciones a sus problemas sociales. Una fase segunda que se desarrolla durante el siglo XX, donde se origina la participación voluntaria y aceptación de la RSE. Una fase tercera que se desarrolló a partir de la segunda mitad del siglo XX, etapa en la cual ya la sociedad empieza a tomar conciencia del daño y riesgo que ocasiona.

A su vez la RSE está muy relacionada con el Balance Social, el cual es un sistema documentado de evaluación que ayuda a conseguir el desarrollo sostenible para la empresa a través de sus principios éticos y morales. Se encuentra basada en tres principios: Comportamiento ético en los negocios, que tiene que ver con las prácticas honestas a mostrar por las organizaciones y los altos estándares de comportamiento para sus integrantes.

Compromiso con los *stakeholders*: Referida a la mantención del diálogo y muy buenas relación con los públicos de interés, impulsando, invirtiendo, promoviendo un ambiente amigable por parte de los trabajadores de la organización con su entorno, reforzando la gestión de talento humano, brindando incentivos y con mayor razón invirtiendo en el desarrollo humano. Por último, está el compromiso con el medio ambiente, que trata de crear políticas de desarrollo sustentable y reducir el impacto ambiental negativo, implantando programas de reciclaje, tratamiento de residuos y auditorías.

El tema de balance social viene recobrando importancia a partir del año 1966 en los EE.UU. con la finalidad de mejorar la imagen de las instituciones, gracias a las críticas de

estudiantes ecologistas y periodistas y es que bajo el concepto RSC y la auditoria social, se dio importancia a cuantificar los términos monetarios, beneficios y prejuicios relacionadas con las políticas laborales que la empresa genera.

Componentes de la responsabilidad social Empresarial

Dado que el tema de RSE no cuenta con un concepto único y tampoco tiene una clasificación de sus componentes, a continuación se indican términos con los cuales está directamente relacionada:

Protección ambiental: Dedicada a la búsqueda de soluciones sostenibles para el uso correcto de los recursos naturales, de manera tal que se puede reducir el impacto ambiental que es generada por la compañía.

Derechos de los trabajadores: Referida a reconocimiento de los derechos de negociación del contrato de manera colectiva, la eliminación de trabajos forzados y la eliminación del trabajo infantil.

Seguidamente se puede mencionar a la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que viene promoviendo un concepto de trabajo decente, generando convenios que se apliquen ante el incremento de diversas formas de trabajo que promueven el abuso.

Derechos humanos: Aquí se va a considerar que gran parte de las prácticas empresariales pueden afectar los derechos y dignidad de los empleados, por ende, se busca desarrollar lugares de trabajo que estén libres de discriminación, en donde se desarrolle una política de creatividad y aprendizaje.

Participación comunitaria: Referida a un sin número de acciones tomadas por las empresas para poder incrementar el impacto de donación de dinero, tiempo, productos,

servicios y conocimientos de gestión que sirvan de gran ayuda a las comunidades de los lugares donde operan. De una u otra forma, las empresas también se benefician en la mejora de su reputación, productos y marcas dentro de su área de dominio.

Estándares de negocios: Abarca una variedad de actividades, tales como la ética, rendimientos financieros, derechos humanos y protección ambiental.

Mercadotecnia e imagen: Se trata de todos los temas referidos al mercado, tales como mercadeo ético, distribución, fijación de precios, facturación, etc., las que se relacionan con la RSE y que abarcan una amplia gama de actividades empresariales que definen la relación con el cliente.

Desarrollo empresarial y económico: Influye en el desarrollo y competitividad de las pymes locales, de las micro empresas y capacidad de gestión de aquellas economías sobresalientes, a fin de que éstas no puedan caer fácilmente, por lo que se viene solicitando a las empresas multinacionales el apoyo que sirva de soporte y, al mismo tiempo, sirva de ayuda a los gobiernos en comprender las maneras en las que puedan desarrollar un marco de negocios que apoyen a las empresas locales y éstas lleguen a las comunidades de bajos recursos.

Educación y desarrollo del liderazgo: Pues, la educación es un punto muy importante en la actualidad, tanto así que es un elemento adecuado para el desarrollo sostenible y de progreso. Las empresas del sector público y de la sociedad civil tiene que generar un apoyo importante para este sector, de manera que se mejore la calidad de la educación y generen así mejores prácticas en cuanto a la RSE.

Triple bottom line: Se refiere a un conjunto de valores y procesos que la empresa debe dirigir, para así reducir los daños resultantes de sus actividades y así poder generar

bienestar a la comunidad.

Gestión de la innovación en la responsabilidad social empresarial.

Pasos para la implementar gestión de la innovación en una empresa.

La Asociación de la Industria Navarra (2008) menciona los pasos para llegar a implementar la gestión de innovación en una empresa:

(a) La innovación como estrategia tecnológica: Se entiende al sistema como un recorrido estratégico en las que las empresas elaboran sus planes estratégicos tecnológico con el propósito de definir los pasos que se tiene que seguir.

(b) Creatividad e innovación: La creatividad se define como la creación de ideas originales para un proceso innovador, la creatividad es el punto importante de la innovación pues con ella se ayuda a desarrollar de una mejor manera los productos a innovar.

(c) Vigilancia tecnológica, benchmarking e inteligencia competitiva: Tanto la vigilancia tecnológica, benchmarking e inteligencia competitiva, todo en conjunto son fases que sirven de apoyo para dar soporte seguidamente la toma de decisiones, dando información de la empresa.

(d) Gestión de proyectos tecnológicos y de innovación: La gestión de proyectos cuenta con un principal objetivo referente a los trabajos, los que se deben encontrar bien realizados para la entrada del cliente, el control y la evaluación de los procesos, se tiene que respetar, planeación nos permite llevar a cabo el proyecto a realizar.

(e) La financiación de la innovación: Se refiere a la proyección de cuánto costará el proyecto a realizar, también si el negocio será viable o no para que se puede invertir.

(f) El Aseguramiento de la innovación: El aseguramiento da inicio a la proyección a

los productos cambiarios, de productos que ya salieron al mercado y está esperando una nueva innovación comercial.

(g) La explotación de la innovación: Son las ganancias que se generan al realizar un producto, rentable en la inversión efectuada, para que de esta manera pueda haber retorno de beneficios. La empresa o la organización cuentan con diferentes vías de explotación de los resultados.

(h) La generación conservación y gestión del conocimiento de la empresa: Se trata de un entorno como el de ahora caracterizado por cambios constantes, en el que el conocimiento para fabricar e innovar, construir, aplicar información, conllevan a las ventajas competitivas que las empresas requieren, de tal manera que la organización debe optar por los cambios.

Innovación en la responsabilidad social empresarial

Ante los problemas ya identificados de una sociedad, la innovación suele ser una opción para mejorar la calidad de vida de cualquier población: seguridad, salud, transporte, comunicaciones, etc.

En cuanto a la RSE y la función de la innovación; el vínculo que hay entre RSE e innovación requiere entender la naturaleza de “socialmente responsable”.

RSE, innovación y su proceso evolutivo, con la organización socialmente responsable, se busca garantizar la rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo, trabajando en un ambiente de calidad.

De acuerdo al modelo planteado por Guédez (2008) se puede demostrar el proceso evolutivo de la siguiente manera: La organización económicamente responsable,

públicamente responsable, socialmente dispuesta, socialmente competente y socialmente ética.

Estudio del impacto ambiental

El impacto ambiental queda definido como el estudio técnico, encargado de definir, precisar, valorar, identificar y que ayuda a corregir cualquier efecto ambiental que pueda afectar la calidad de vida del ser humano y el lugar que ocupa. Asimismo, se encuentra representado como una documentación técnica que corresponde presentar al titular de un proyecto, conteniendo la declaración sobre la estimación del impacto ambiental sobre el lugar en el cual se efectuará la actividad o proyecto.

Su relación con el procesamiento de materiales y energía

Consiste en la modificación de los materiales naturales, que son generados por los procesos de producción y a través de ellos se generan desechos que pueden estar clasificados de la siguiente manera:

Desechos orgánicos: Aquellos que en algún momento tuvieron vida o formaron parte de un ser vivo, como ejemplo las plantas y alimentos.

Desechos inorgánicos: Desechos de origen no biológico, industriales como plásticos, telas sintéticas, envases, etc.

Desechos peligrosos: Ácidos, sustancias químicas, residuos reactivos entre otros.

Su relación con el procesamiento de energía

Como se tiene en conocimiento, con ausencia de energía no es posible la vida, por cualquiera que sea su naturaleza, siempre va a requerir de energía ya sea no renovable (aquellas que pueden desaparecer por su uso) y renovable (aquellas que se reemplazan con

el tiempo y por lo tanto no pueden desaparecer fácilmente). La humanidad en su afán de obtener la energía para cualquier actividad o proceso que realice ha generado la agotabilidad de estas fuentes y, por otro lado, se suma el impacto ambiental negativo generado en el entorno; aspectos que son razones para la necesidad de búsqueda de nuevas fuentes de energía naturales y renovables capaz de sustituirlas y que beneficien de manera significativa a toda la humanidad.

3. Alternativas de Solución

Dentro de la propuesta de investigación, se aplicó el enfoque mixto, debido a que la investigación realizada estuvo basada en datos numéricos y teóricos conforme a los hallazgos procedentes de la revisión de otras tesis. Se manejó un tipo de investigación aplicada, porque se buscó brindar una propuesta de mejora. El nivel de investigación fue de tipo descriptiva porque se consideran dos variables que se han descrito desde la teoría, gestión de la innovación y responsabilidad social empresarial. También fue propositiva porque se buscó generar una alternativa de solución al problema que presenta la empresa en cuanto a gestión de la innovación y responsabilidad social empresarial. Fue proyectiva porque se espera aplicación futura de la propuesta para beneficio de la empresa desde un reconocimiento social. El diseño de la investigación fue no experimental.

Descripción de procesos de la empresa

Organigrama general de Mibanco.

Mibanco es una empresa organizada por agencias. El organigrama general puede apreciarse en la figura 1 y se encuentra conformada por:

Quien está a la cabeza es la junta general de accionistas, conformada por todos los accionistas de Mibanco, quienes se encargan de gestionar adecuadamente las actividades de

la empresa, llevando a cabo una reunión una vez al año a fin de evaluar los alcances y resultados según sus objetivos empresariales para la toma de decisiones.

En segunda instancia, se encuentra el Directorio, que ejerce funciones de acuerdo con el Estatuto y la Ley General de Sociedades, la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. El Directorio cuenta además con todas las facultades necesarias para la gestión del banco, con plenas facultades otorgadas por el Estatuto para: Aprobar, dirigir y controlar, todos y cada uno de los negocios, actividades y operaciones de Mibanco, impartiendo las políticas generales que guíen las actividades en la gestión de los diversos riesgos y los cambios en la estructura organizacional, pudiendo dentro de los límites legales, otorgar estas funciones en el comité ejecutivo u otros comités. Entre otras funciones, cuentan con poder para: Designar, remover, amonestar y cesar al gerente general y gerente adjunto y a los diversos funcionarios que hayan de ejercer las funciones de auditoría interna y otras funciones que conforme a ley sean de competencia del directorio; nombrar y sacar a los gerentes de división, otorgando o disolviendo sus atribuciones, facultades y límites de sus poderes, esta facultad puede ser delegada total o parcialmente en el gerente general; aprobar la escala de poderes y el reglamento de poderes de la sociedad, definiendo los límites cualitativos y cuantitativos a que hubiere lugar, en la que se detalle las facultades y atribuciones que correspondan, sin perjuicio de su facultad de otorgar y revocar toda clase de poderes generales y con fines específicos; aprobar las operaciones activas, pasivas y contingentes de la sociedad en los casos que corresponda según los límites de autonomías y/o escala de poderes que el propio directorio haya establecido en la delegación de atribuciones a la gerencia general o en sus comités. Corresponde al directorio la competencia para acordar la emisión en serie de todos los instrumentos financieros de captación del ahorro del público, incluyendo bonos,

debentures, notas, certificados de depósito negociables o no negociables, pagarés, letras, bonos de arrendamiento financiero y cualquier otro instrumento, valor mobiliario o título-valor, con la única exclusión de los bonos convertibles en acciones y de los bonos subordinados.

En este sentido y atendiendo a los efectos potenciales en la estructura accionaria, la competencia de la junta general de accionistas queda limitada a la emisión de los bonos convertibles en acciones y de los bonos subordinados. Las facultades del directorio podrán ser delegadas en un comité ejecutivo y/o en la gerencia, dentro de los límites que establezca el directorio. Como funciones adicionales figuran: Aprobar cualquier otro género de contratos y actos requeridos en general para la realización de los fines sociales, incluida la celebración de contratos de compra - venta y de constitución de garantías reales, fianzas, avales y similares sobre bienes muebles e inmuebles, valores, equipos u otros de la sociedad, cuando excedan las atribuciones que el directorio delegue en la gerencia general o en el comité ejecutivo, según los límites de autonomías y/o escala de poderes; constituir subsidiarias y empresas conexas y complementarias al servicio bancario; decidir la transferencia de las acciones que tenga la sociedad en las subsidiarias y empresas conexas y complementarias al servicio bancario; convocar a junta general de accionistas, y determinar los correspondientes asuntos a tratar; presentar a la junta obligatoria anual de accionistas la memoria anual, el proyecto de balance general, el proyecto de cuenta de resultados, y además los estados financieros. El área del Directorio es la más importante, pues de allí conforme a las decisiones adoptadas se delegan las tareas a todas las áreas de la empresa Mibanco.

En función a sus responsabilidades, dentro de la rama del organigrama se encuentran: la División de Auditoría Interna, encargada de examinar toda el área de Mibanco para poder preservar su integridad de la entidad. Las funciones que cumplen son: Llevan a cabo todas

las órdenes otorgadas por la comisión según las decisiones tomadas, organizar y programar las actividades de la empresa, teniendo siempre en cuenta cuáles son sus estrategias.

La Gerencia General, conformada por una sola persona, luego le siguen todas las áreas de las agencias: División de Riesgos, encargadas de la revisión de los créditos con montos grandes para las aprobaciones con algunas excepciones que tuviese el crédito; División de Negocios, encargados de todo lo que es desembolso de los créditos en todas las agencias; División de Soporte Centralizado, con todo el sistema que le brinda a Mibanco, mediante el sistema Topaz, o dando solución a algunos de los problemas que se presentan en las agencias; la División de Finanzas, encargados de todos los pagos del personal, de la administración de los ingresos y egresos que tuviese Mibanco; División de marketing, encargados de realizar la publicidad para la entidad financiera, Gerencia General adjunta, División de Gestión de Desarrollo Humano, División de Administración, División Legal, Área de Inclusión Financiera.

Organigrama según sus funciones.

La agencia está dividida por las áreas.

ORGANIGRAMA SEGÚN SUS FUNCIONES MIBANCO

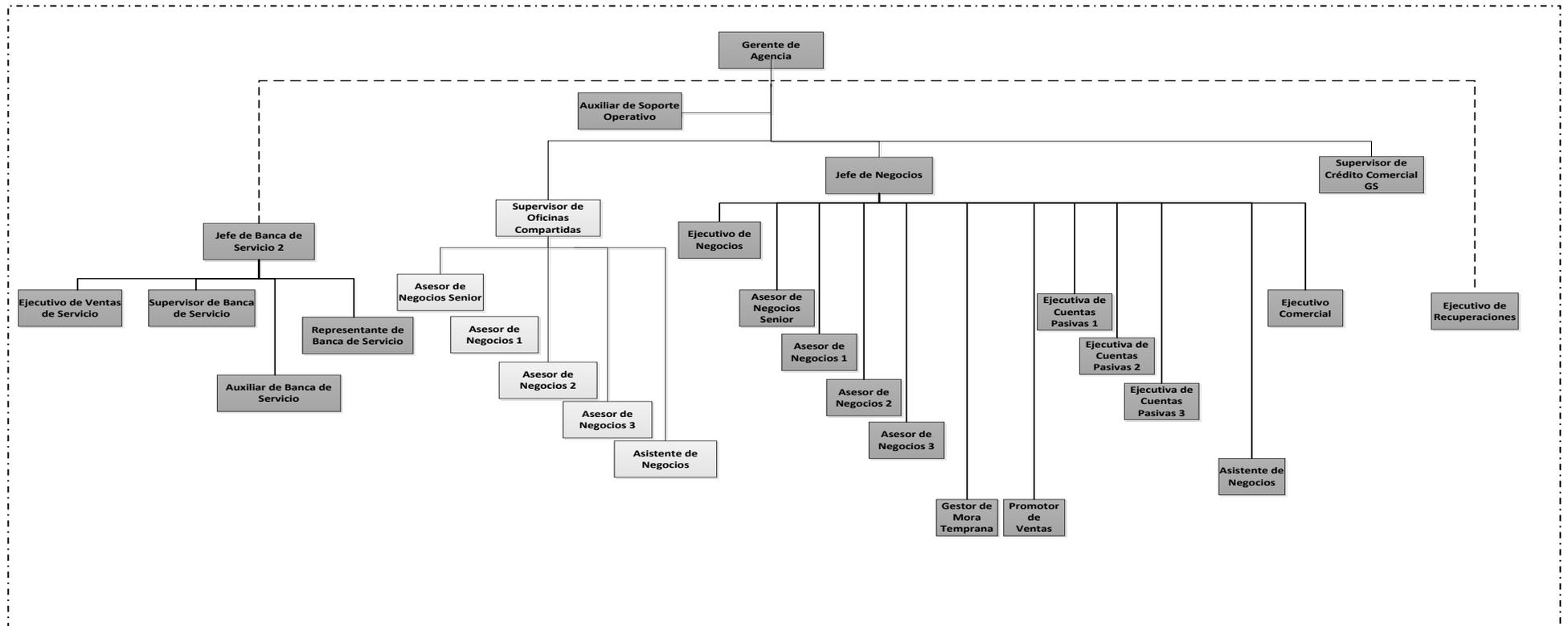


Figura 2. Organigrama de Mibanco según sus funciones en agencia.

Las agencias de Mibanco están divididas por tres áreas: A cargo de la agencia está el Gerente de Agencia, que es la primera área con la que la agencia cuenta. Le sigue el Área de negocios, conformada por el jefe de negocios, ejecutivo de negocios, asesor sénior, asesor de negocios 1, asesor de negocio 2, asesor de negocios 3 y asistente de negocio. Las funciones que realizan según su cargo son las siguientes: El gerente de agencia y el jefe de negocios son responsables de manejar un grupo de asesores, el gerente de agencia está a cargo del 30% de los asesores, pues su función es realizar las aprobaciones de los asesores y realizar las visitas de los créditos desembolsados, las visitas de los créditos mayores de 25,000 soles, hasta su autonomía. El jefe de negocios tiene a cargo del 70 % de los asesores pues solamente se ocupa de hacer las visitas de los clientes ya desembolsados (que ya cobraron su préstamo), también a realizar la verificación con los asesores que tengan desembolso mayor a 10,000 soles. A ello se suma, realizar la aprobación de todos los créditos del que está llevando, desde el más mínimo monto hasta su autonomía de aprobación. El jefe de negocios también cumple la función de gerente, siempre en cuando el gerente de agencia, esté en reunión, día de vacaciones o permiso por salud.

El ejecutivo de negocios lleva la función de hacer seguimiento a su cartera de clientes, tanto como la renovación de los créditos, la mora, hacer que los clientes cancelen sus cuentas pendientes y realizar ventas, fidelizar a nuevos clientes que aún no trabajan con la entidad.

El asesor sénior cumple la misma función, aprobación de los créditos y realizar ventas, asesor de negocios 1, aprobación de los créditos, mora y venta, asesor de negocios 2 aprobación de los créditos, mora y venta, asesor de negocios 3, aprobación de los créditos, mora y venta.

El asistente de negocios es el cargo de las personas que el banco contrata para ser

futuros asesores de negocios. La función que ellos realizan se basan en realizar ventas con una meta fijada para su asenso como Asesor 3, pues se encuentran en etapa de aprendizaje, etapa en la que pasan por exámenes virtuales semanales en la que deben obtener un promedio como nota de aprobación, en la que se les miden las ventas, número y operaciones desembolsados y sus notas de aprobación. La etapa de ventas del asistente de negocios dura tres meses, en tal tiempo si no cumplieron con lo que el banco espera de ellos, salen de la escuela de microfinanzas de Mibanco y, si en caso cumplieron con todo el procedimiento, pasan a la siguiente etapa, que es la etapa de evaluación, en la que se les enseña a realizar las evaluaciones respectivas. Una vez cumplido con todo lo requerido, o bien sustentan o pasan directo a Asesor 3. Los asistentes de negocios están a cargo de un tutor de la agencia, a la vez de un facilitador de la central de Mibanco.

El Área de Operaciones se encuentra a cargo de la Jefa de Banca y Servicio, quien se encarga de realizar toda la gestión de los créditos para el área, así como la supervisión de las áreas, las ventas de SOAT, servicios de ahorros a plazos, búsqueda de los expedientes desembolsados que los asesores solicitan. También se cuenta con la Jefa de Banca y Servicio 2, que cumple la misma función, diferenciándose en la responsabilidad y la remuneración.

Otro puesto es el de Ejecutivo de Banca y Servicio 1 y 2, que cumplen las mismas funciones de las demás, sólo que tiene menos tiempo de antigüedad. Le siguen, los Representantes de Banca y Servicio, encargados de realizar los desembolsos diarios del Servicio de Atención al Cliente, es decir, brindan atención a los clientes que cancelan sus cuentas mensuales. Estos representantes también realizan las ventas de los productos intangibles.

El Área de Recuperaciones cuenta con un personal dentro de la agencia, su función es realizar visita a los clientes que no cancelan su cuenta. Los créditos con retrasos mayores

a 60 días ameritan tal visita, pues el área de recuperaciones se encarga de realizar las respectivas cobranzas a los clientes motivándoles a cancelar las cuentas pendientes.

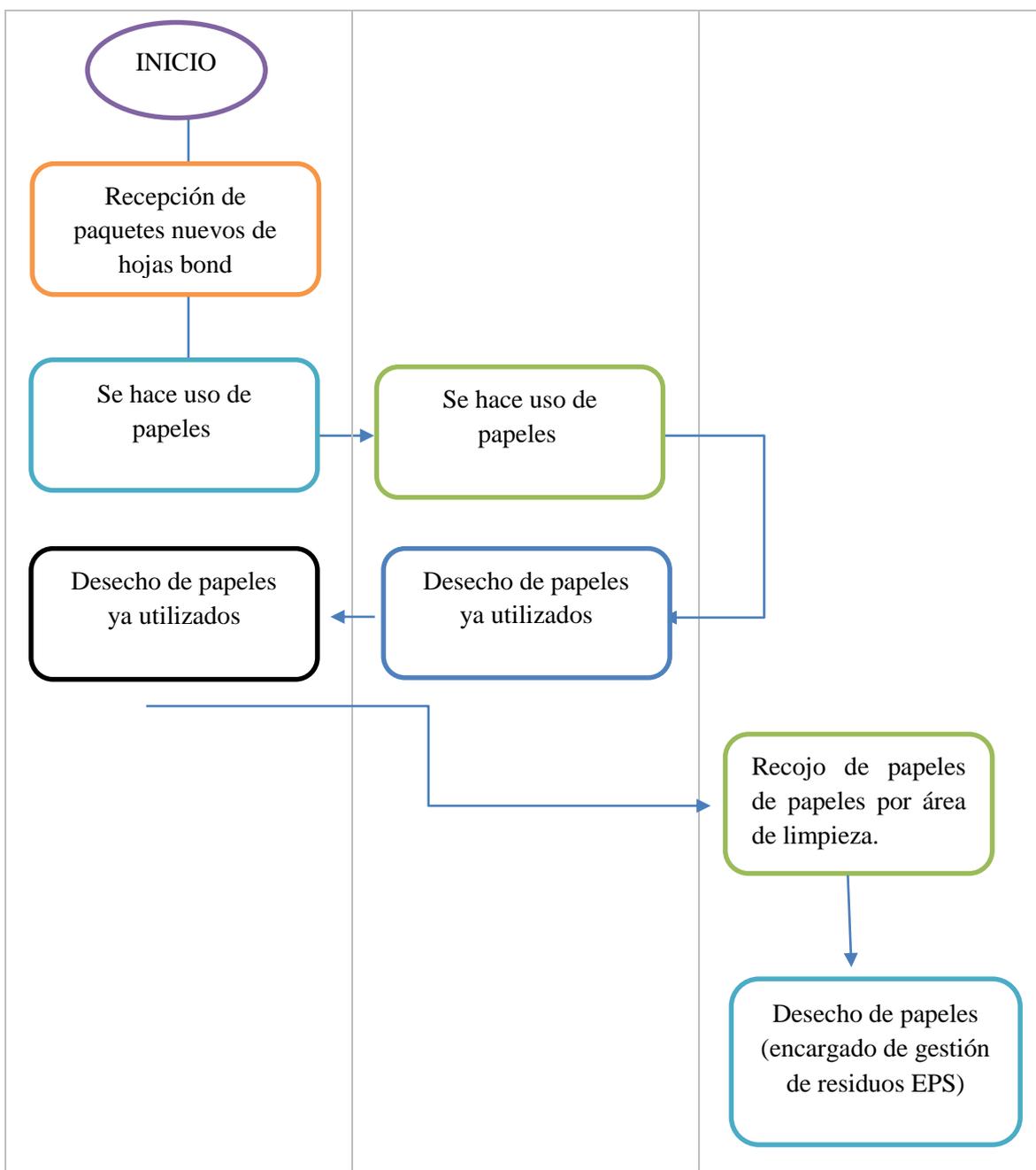


Figura 3. Flujograma del proceso actual.

El proceso manejado actualmente, tal como se observa en la Figura 3, se da inicio con la recepción de nuevos paquetes de hojas bond por el área de operaciones de manera

mensual con una cantidad de 30 cajas de cinco (5) millares cada caja de papeles para toda a agencia cada tres (3) meses, que luego a su vez son distribuidos para su posterior uso al área de negocios y a la misma área de operaciones. Luego de realizar el uso de los papeles, los desechos sobrantes son colocados en sus correspondientes tachos de basura. De la misma manera, las grapas son colocadas en los tachos de basura sin ningún orden y sin ninguna importancia de reciclaje. El personal de servicio realiza la limpieza de la basura dos (2) veces por día: La primera en la mañana de acuerdo al uso dado durante la tarde, y la segunda es por la tarde, cuando se almacenan los desechos producidos durante todo el día. De la misma manera, la señora de limpieza adjunta todos los desperdicios, ya sean los papeles, las grapas, algunos envoltorios de galletas, gaseosas y, en general, todas las cosas que se almacenaron en los tachos de basura durante el día, juntándolos todos en una bolsa grande en la que se colocan todos los desechos, luego son sacados fuera de la agencia para ser recogidos por los camiones de limpieza del municipio.

Sobre el proceso mencionado, se realiza una propuesta para mejora de la agencia a partir de la gestión de la innovación, como puede observarse en el Flujograma planteado que se muestra en la Figura 4.

Flujograma de cómo sería Mibanco con la implementación de gestión de innovación.

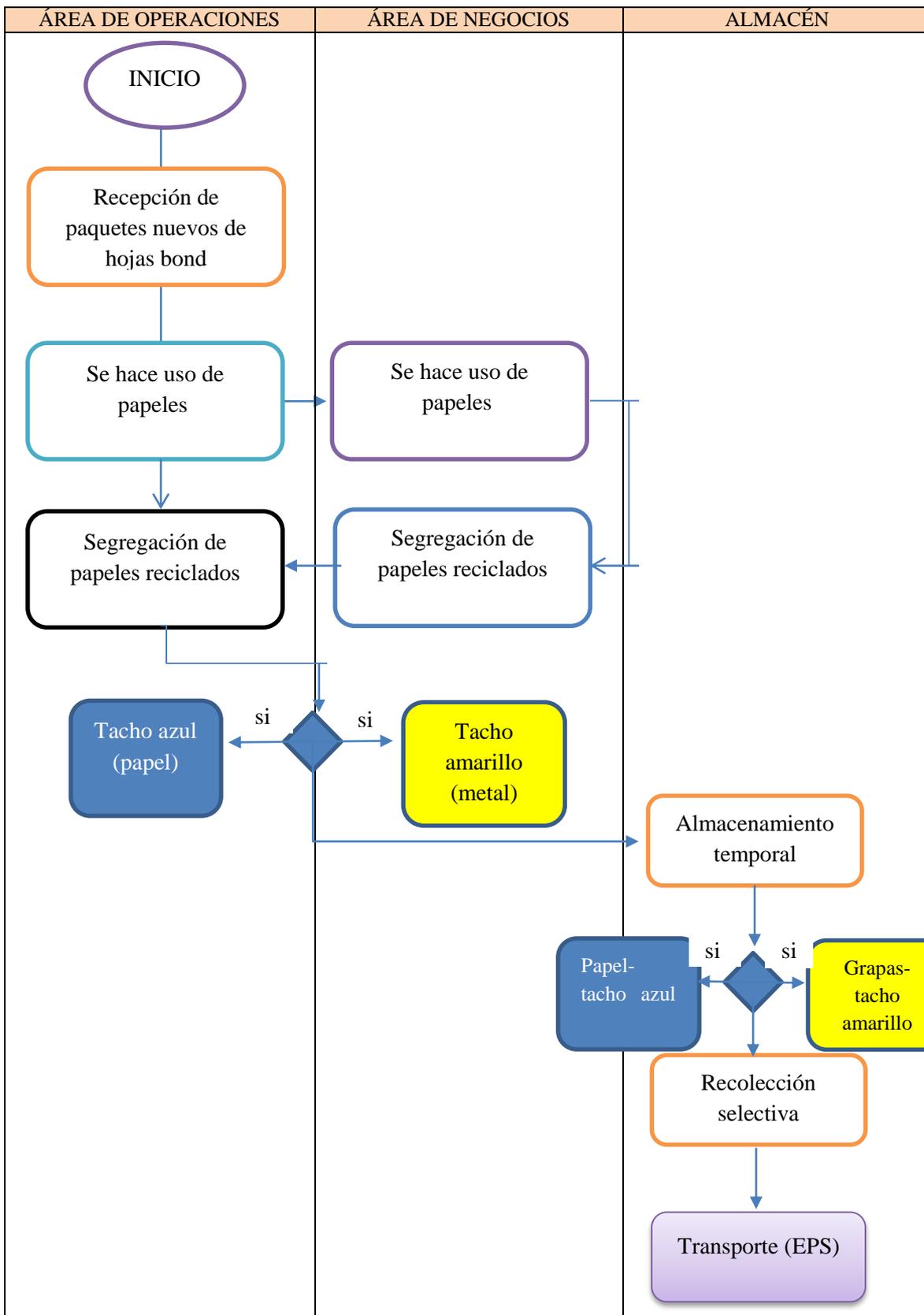


Figura 4. *Flujograma del proceso con proyecto de gestión de innovación.*

De esta forma, se propone implementar un proceso en el cual se promueva el aprovechamiento de los papeles reciclados, la que se inicia con la recepción de los paquetes de hojas bond por parte del área de operaciones, que luego se hace cargo de la distribución de éstos al área de negocios y operaciones, para así el personal que conforma cada una de estas áreas realice el uso eficiente de ellos. En las áreas, se encontrarían ubicadas los tachos de basura con sus respectivos colores: Azul para los papeles y amarillo para las grapas, a fin de facilitar la separación de los materiales ya usados. Tanto el área de negocios como el área de recuperaciones y operaciones estarán previamente capacitados para la nueva implementación de innovación en la agencia. Una vez que estén los papeles usados y almacenados en sus respectivos lugares, en los recipientes, según cada empleado de Mibanco, con cada de ellos y con apoyo del área de limpieza, se hará cargo de la segregación, depositando los papeles y grapas en sus respectivos tachos (Azul: Papel, Amarillo: Grapas). Una vez estos tachos estén llenos, los materiales a desechar serán llevados por el personal de limpieza al área de almacenamiento temporal, lugar que contará con depósitos de mayor tamaño para ir acumulando los materiales reciclados. Una vez que se haya acumulado lo suficiente, se pasará a la etapa de recolección selectiva, en la cual se hará entrega del material acumulado a la EPS, la que transportará el material a su centro de acopio, donde podrá hacer uso del mismo.

A continuación, se presenta un análisis FODA para la realización de este proceso de innovación.

Tabla 1. *FODA*

<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compromiso por parte de la gerencia de oficina. 2. Alto nivel de compromiso de los trabajadores. 3. Disponibilidad de recurso reciclable (papel y cartón). 	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poco o nada en cultura de reciclaje. 2. Tiempo limitado para la segregación de residuos. 3. Falta de personal especializado para impartir capacitaciones de concientización.
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad de EPS locales. 2. Aparición de normas legales que favorezcan el reciclaje. 3. Empresa tercerizadora de limpieza comprometida con el programa. 4. Bajo costo para implementación Y mantenimiento del programa. 5. Ser pioneros como oficina modelo en reciclaje. 	<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desinterés por parte de la EPS por el cumplimiento de metas o exigencias. 2. Aparición de normas legales que obligue llevar documentos virtuales. 3. Desastres naturales

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la empresa financiera Mibanco – Jicamarca, se pudo identificar dos partes que se hallan conformadas por los aspectos internos y externos que apoyan en la puesta en marcha de la propuesta de gestión de innovación. En la parte interna se identificaron las fortalezas con las que cuenta la empresa como el disponer del compromiso de la Gerencia de Oficina y del resto de los trabajadores que la conforman, además se considera que lograr reunir los recursos reciclables ayudaría muchísimo a que la empresa no se vea obligada a realizar gastos para la implementación de los tachos, simplemente se tendrán que reutilizar las cajas que quedan de los *merchandising*. Siguiendo con la parte interna, también es de mencionar que la agencia cuenta con ciertas debilidades como el no contar con una cultura de reciclaje, el escaso tiempo con el que se cuenta para que el personal mismo pueda

ocuparse de la segregación de los materiales a reciclar, pues ello se hará dentro del horario de labores, y la falta de un personal adecuado que tenga los conocimientos para poder impartir conceptos relacionados a la RSE.

En cuanto al aspecto externo, se han podido identificar las oportunidades como la gran disponibilidad de EPS, pues gracias a ello se tendrán varias alternativas y se elegirán a las que brinden mayores facilidades y beneficios. Como segundo punto, se presenta la aparición de normas legales que favorecen el reciclaje, que coadyuva fuertemente a la ejecución de la propuesta. También se identificó el apoyo que se podría tener por parte de las empresas tercerizadoras de limpieza en cuanto a la segregación de materiales. Otro aspecto es el bajo costo que implica la implementación de la propuesta y el poder ser pioneros en tal actividad y, por ende, un modelo a seguir para el resto de las oficinas, poniendo en práctica la cultura de reciclaje necesaria en toda empresa nacional.

Continuando con el aspecto externo, tenemos la parte de amenazas; en la que se puede incluir el desinterés del logro de metas por parte de las EPS, debido a no estar vinculadas directamente con la empresa. De otra parte, la aparición de normas legales que obliguen a llevar el control a través de documentos virtuales, que a su vez conllevaría a la disminución del volumen de papeles a reciclar y, por último, los desastres naturales o provocados por el hombre, como por ejemplo el incendio, el cual podría echar a perder todo el material.

Tabla 2. *Matriz FODA*

MATRIZ FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compromiso por parte de la gerencia de oficina. 2. Alto nivel de compromiso de los trabajadores. 3. Disponibilidad de recurso reciclable (papel y cartón). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poco o nada en cultura de reciclaje. 2. Tiempo limitado para la segregación de residuos. 3. Falta de personal especializado para impartir capacitaciones de concientización.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad de EPS locales. 2. Aparición de normas legales que favorezcan el reciclaje. 3. Empresa tercerizadora de limpieza comprometida con el programa. 4. Bajo costo para implementación Y mantenimiento del programa. 5. Ser pioneros como oficina modelo en reciclaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el compromiso de los miembros de la organización, a través de capacitaciones y actividades. (F1, F2, O1, O2, O3). - Comprometer a la gerencia general con el programa e implementarla en otras oficinas. (F1, O5) 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar empresas acreditadas con oferta valor en capacitaciones. (D1, D3, O1, O3). - Solicitar apoyo al personal de limpieza para la correcta segregación de los residuos. (D2-O2,O3)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desinterés por parte de la EPS por el cumplimiento de metas o exigencias. 2. Aparición de normas legales que obligue llevar documentos virtuales. 3. Desastres naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar el reciclaje también en los hogares de los trabajadores, ya que los fondos recaudados serán donados. (F1,F2-O1) - Establecer compromisos a través de políticas por parte de la gerencia general. (F1,F2-O2,O4) 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear alianza estratégica a través de contrato. (D1,D3-A1)

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2 se encuentra la Matriz FODA, mostrando las estrategias formadas del cruce de las variables internas y externas de la empresa. Se aplicó este método para asumir estrategias coherentes para la implementación futura de la propuesta de innovación. Entre ellas se cuenta con el aprovechamiento de oportunidades FO que incluye el mejorar el compromiso de los miembros de la organización, a través de capacitaciones y actividades. (F1, F2, O1, O2, O3), dado que la empresa al tener un personal comprometido, al aprovechar las capacitaciones que brindan las EPS, se puede lograr una situación más deseable.

Como segundo punto, tenemos la estrategia DO, que involucra solicitar apoyo al personal de limpieza para la correcta segregación de los residuos (D2, O2, O3), con lo cual se logrará reducir la debilidad de falta de tiempo para la segregación, la aparición de normas legales que incentiven a implantar este tipo de programas y con ello se genere un apoyo en la segregación por parte de las empresas tercerizadoras de limpieza.

Como estrategia FA, se busca fomentar el reciclaje también en los hogares de los trabajadores, pues los fondos recaudados serán donados (F1, F2, O1), con la que se logrará optimizar las fortalezas y así contrarrestar las amenazas.

En la última estrategia DA, se propone crear alianzas estratégicas a través de contrato (D1, D3, A1), a fin de reducir al mínimo las debilidades y amenazas con la generación de una alianza estratégica con las EPS.

Alternativa de mejora

La investigación presente buscó proponer un programa de reciclaje de papeles que se generan dentro de la Oficina de Mibanco -Jicamarca. El objetivo del estudio fue concientizar a los trabajadores que conforman el equipo de trabajo de la agencia, para de este modo evitar el desecho de los papeles que se generan diariamente por su uso, dado que

diariamente se desecha un (1) paquete de papel de cinco (5) kilos cada uno, tomando en cuenta que se labora a la semana, de Lunes a Sábado, con un horario de 8 horas, y los días sábados con 4 horas laborales, dando como consecuencia que se desechan semanalmente 30 kilos de papel, que al mes hacen un total de 120 kilos.

Las alternativas de solución planteadas en esta investigación consisten en las siguientes medidas:

Primera alternativa: Incorporación del proceso de reciclaje

Esta alternativa se constituye de las siguientes actividades:

Divulgación

Se brindará información detallada a todos los trabajadores que conforman la agencia, tanto a los asesores, área de operaciones, la señora de limpieza, el señor de seguridad con respecto al proyecto de innovación. Para la divulgación, se designará a uno de los asesores como el encargado de la Gestión de Residuos, encargado de divulgar el mensaje con respecto al reciclaje, para lo que tendrá que brindar información clara de los beneficios como también de la mejora para la responsabilidad social empresarial a todos los miembros que conforman la agencia.

Beneficios Ambientales:

Reducción de la contaminación atmosférica, evitando que este recurso vaya a parar en los rellenos sanitarios, así como la disminución de volumen de residuos, cuidando la capa de ozono con la contaminación, como también, generar un ambiente saludable en los entornos de la agencia.

Beneficios Sociales:

Generación de empleo para las empresas de servicio de reciclaje, crear una cultura social y cultura de reciclaje para todos los trabajadores de Mibanco. Se generarán beneficios a la Congregación de Hermanitas de los Ancianos Desamparados (ubicado en la Av. Brasil 496, Breña, Lima) hogar dedicado al cuidado de adultos mayores, que cuenta con 120 años de existencia, actualmente alberga a 360 ancianos, entre abandonados y aquellos que poseen familia. Este hogar se encuentra conformado mayoritariamente por hermanas que brindan sus servicios en beneficio de los ancianos, así como también hay un 30% de apoyo de personas voluntarias entre estudiantes y practicantes. Asimismo, recibe apoyo por parte de empresas, quienes realizan sus donaciones con el fin de obtener un certificado de donación, y también existen personas que de manera desinteresada realizan sus donaciones, sea de forma económica o en productos.

Mibanco busca realizar donativos de distintos materiales de aseo, a realizarse anualmente, con todo lo que se recaude gracias a la propuesta de implementación sobre la gestión de innovación. Para ese fin, se realizaron visitas de contacto con la Congregación de Hermanitas de los Ancianos Desamparados, tal como se muestra en las fotos siguientes.

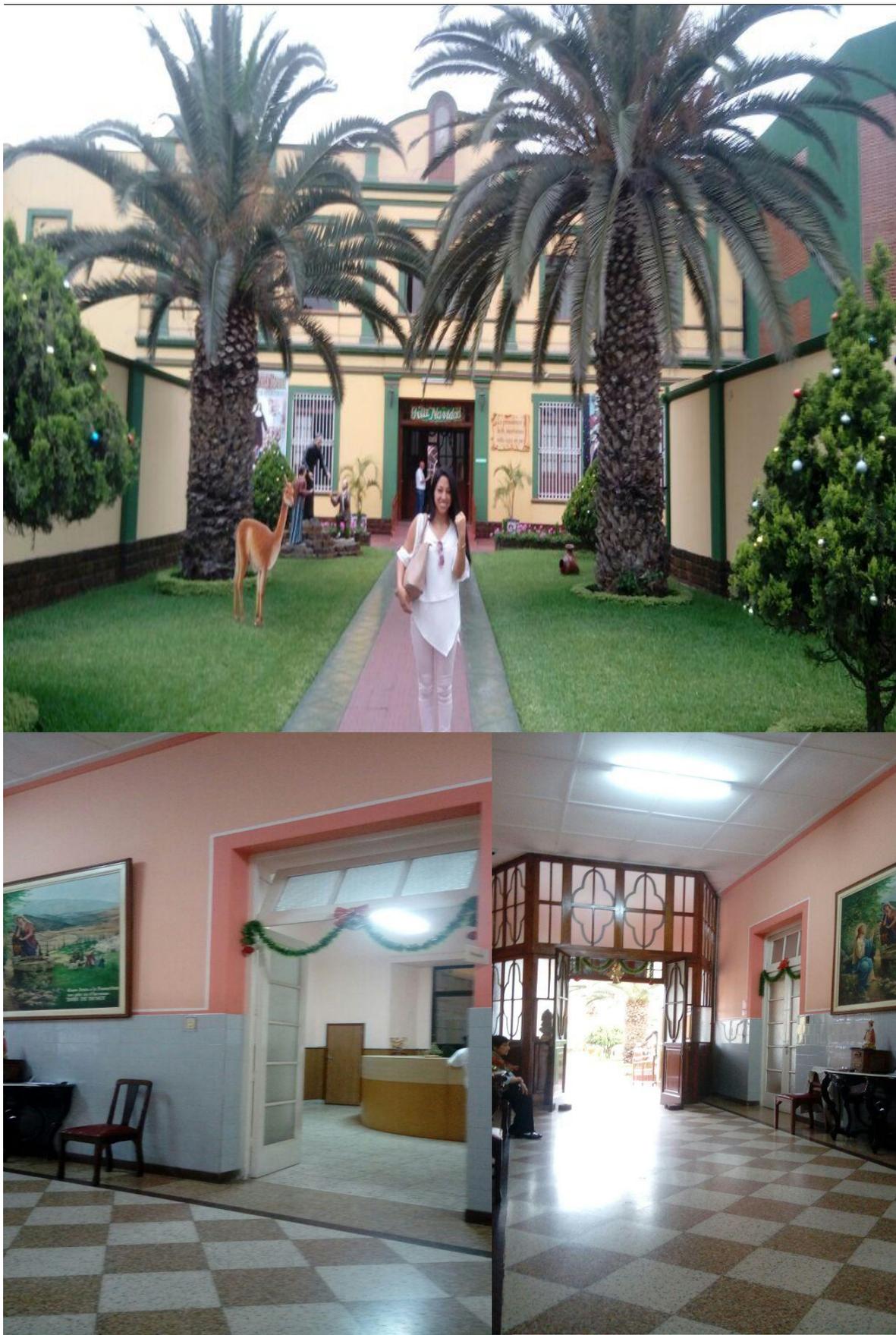


Foto 1. Visita a la Congregación de Hermanitas de los Ancianos Desamparados 1.

Mayor lealtad del consumidor:

La responsabilidad social empresarial es muy importante pues los clientes, reales y potenciales, así como los trabajadores admiran a las empresas que practican en los proyectos sociales, pues se observa el compromiso empresarial con la sociedad y el medio ambiente, de tal forma que con la propuesta presente se fidelizaría a los clientes a seguir trabajando con la empresa.

Valoración de la imagen de Mibanco:

Las prácticas de responsabilidad social generan un nuevo valor agregado a la empresa, prácticas que benefician la imagen de la entidad financiera logrando una clara diferenciación de las empresas de la competencia y distinguiéndola como socialmente responsable.

Seguidamente, se presentan los procedimientos a seguir para la ejecución de la propuesta planteada.

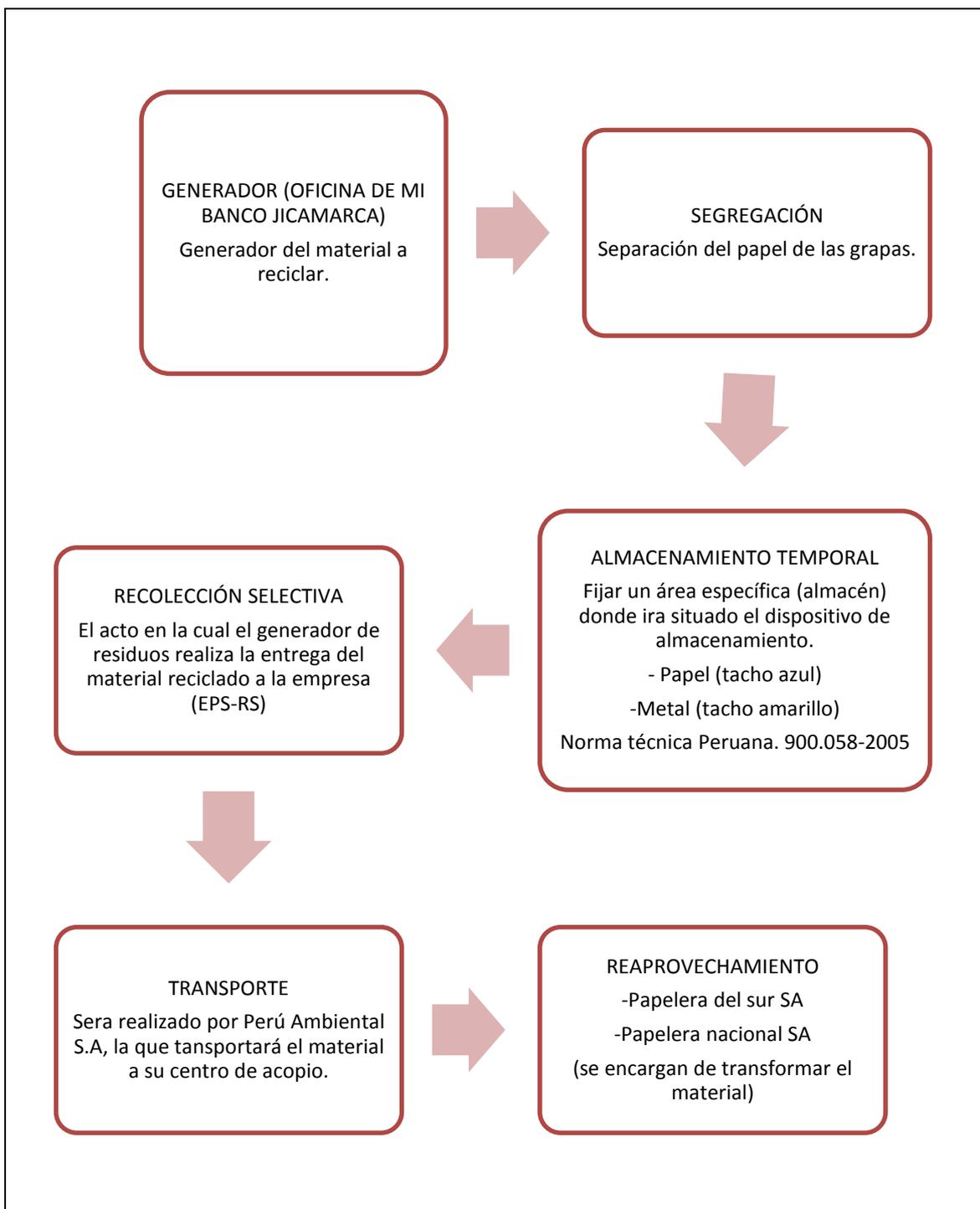


Figura 5. Procedimientos.

Como puede observarse en la figura 5, se inicia con el generador (Oficina de Mibanco) que viene a ser el generador de los materiales que, en este caso, es la agencia de Jicamarca de Mibanco, al ser la empresa beneficiaria de la propuesta resultado de la

investigación efectuada para la gestión de la innovación.

Primero, se contactaran con personas que ofrezcan servicio (EPS) para el reciclaje de los papales y las grapas de los usos diarios que generan la agencia. Entre las opciones de empresas recicladoras tenemos a: (a) Piero SAC, quienes trabajan con la Ley General de Residuos Sólidos N° 27314, se encargarán del asesoramiento de la cultura de reciclaje y el cuidado del medio ambiente, luego continuará con la trituración de los papales a reciclar. Piero SAC queda ubicada en la Av. Materiales 3013-Lima. (b) Daniel y destrucción, quienes también se encargan de la recolección y trituración de los papeles y metales, ubicada en Av. Enrique Meiggs Mz. E3 Lt. 6 María del Prado y Bellido. (c) Papelera del Sur S.A., se encargan del aprovechamiento del material a reciclar, ubicada en Panamericana Sur Nro. 202 Z.I. Tambo de Mora-Chincha. Estas empresas serán las encargadas del recojo, traslado, trituración y el reaprovechamiento de los papeles y grapas a recolectar.

En segundo lugar, la separación de los papeles, para lo que se informará a los trabajadores de la entidad sobre el reciclaje, a fin de ser conocedores que al momento de desechar los papeles y las grapas, ellos deban ser colocados por separado en los tachos, haciendo uso de tachos de dos (2) colores, el azul y el amarillo. El tacho azul para reciclar los papeles, los tachos amarillos será para las grapa, para que así se pueda agilizar el trabajo de reciclaje.

El tercer paso es el almacenamiento temporal, a cuyo cargo se encontrará la señora de limpieza con ayuda de un asesor de negocios. Ambos ubicarán en el lugar de almacenamiento los papeles y grapas a reciclar, en este caso estarían ubicados en donde se guardan los volantes de la agencia pues cuenta con un espacio aprovechable para la ubicación de papeles y grapas.

El cuarto paso es la recolección selectiva, que en este caso es la entrega de todos los materiales reciclados, tanto el papel y las grapas a la empresa recolectora con la cual se trabajará.

En quinto lugar está el transporte, con la empresa con la que se realizará la movilidad de los desechos, la que será Perú Ambiental S.A., encargados del traslado de los materiales reciclados a su centro de acopio.

En el sexto paso se encuentra el reaprovechamiento, es decir, que la empresa Perú Ambiental S.A.C., ubicada en Calle Iván Huerta 384 Surco-Lima, reaprovecharán los materiales recogidos para producir nuevos productos con ellos.

Segunda alternativa: Programación anual para el recojo de residuos

Como parte de la propuesta se ha elaborado una programación anual orientada a la recolección de residuos como son el papel y las grapas en la agencia. Esta programación puede apreciarse en la tabla 3.

La primera actividad de segregación y almacenamiento temporal, separación de los papeles y las grapas, serán guardados en los almacenes que tiene Mibanco de manera temporal, siendo realizada por todos los trabajadores de Mibanco–Jicamarca más la participación del personal de limpieza con previa coordinación. Esta actividad será realizada una vez por semana.

En cuanto a la segunda actividad de recolección selectiva de papel, se refiere a la selección de todos los papeles que se adjunta en la agencia durante todo el mes. La actividad estará a cargo del encargado de Gestión de Residuos y la empresa Perú Ambiental S.A. Para dicha actividad la frecuencia de ejecución se aplica en la última semana de cada mes.

En cuanto a la última actividad de recolección de metal, refiere a las separaciones de las grapas, cuyo responsable es también el encargado de Gestión de Residuos y la empresa Perú Ambiental S.A. Esta actividad se realizará semestralmente.

Tercera alternativa: Capacitación del personal

Como tercera actividad se consideró la necesaria capacitación del personal, para lo cual se elaboró un cronograma para dar respuesta a un programa anual de capacitaciones, cuyo detalle se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Programa anual de capacitaciones.

PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACIONES																																																				
ITEM	TEMA	RESPONSABLES	DIRIGIDO A	DURACIÓN	MESES																																															
					ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
					sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4								
ITEM 1	Segregación de residuos	Encargado de Gestión de residuos	Todo el Personal	15 min																																																
ITEM 2	RRR	Perú Ambiental SA y encargado de gestión de residuos	Todo el Personal	30 min																																																

Fuente: Elaboración propia.

Se gestionará un programa de capacitación para todo el personal en la agencia Mibanco -Jicamarca, en los siguientes temas.

En cuanto al tema de segregación de residuos, será dictado por el encargado de Gestión de Residuos, con una duración de 15 minutos y se dictará el primer sábado de cada mes.

Respecto al tema de las 3 RRR será dictado por la empresa Perú Ambiental S.A. y el encargado de Gestión de Residuos, con una duración de 30 minutos y serán realizadas las primeras semanas de cada trimestre.

Por último, se presentan los costos de las alternativas de solución propuestas al problema de investigación. Estos costos se muestran en las tablas 5 y 6.

Tabla 5. *Proyección de Ingresos por venta de Residuos.*

Paquetes de papel consumidos			Soles recaudados por venta		
Frecuencia	Cantidad de paquetes	Kg	Frecuencia	Cantidad de paquetes	Precio
Semanal	6	30	Semanal	6	S/. 24,00
Mensual	24	120	Mensual	24	S/. 96,00
		144			S/.
Anual	288	0	Anual	288	1.152,00

Datos:

Peso por paquete	5 kg
Precio de venta de papel por kg	S/. 0,80
Precio de venta de grapas por kg	S/. 0,58
Peso por caja de grapas	0,25 kg

Paquetes de grapas consumidos			Soles recaudados por venta		
Frecuencia	Cantidad de paquetes	Kg	Frecuencia	Cantidad de paquetes	Precio
Semanal	2	0,5	Semanal	2	S/. 0,29
Mensual	8	2	Mensual	8	S/. 1,16
Anual	96	24	Anual	96	S/. 13,92

Tabla 6. *Costo del proyecto.*

Costo del Proyecto					
Paquetes de papel consumidos			Soles invertidos en la compra de papel		
Frecuencia	Cantidad de paquetes	Kg	Frecuencia	Cantidad de paquetes	Precio
Semanal	6	30	Semanal	6	S/. 54
Mensual	24	120	Mensual	24	S/. 216
Anual	288	1.440	Anual	288	S/. 2.592

Datos:

Peso por paquete	5 kg
Costo de compra de papel por millar	S/. 9,00
Costo de compra de grapas	S/. 2,50 caja

cajas de grapas consumidos**Soles invertidos en la cajas de grapas**

Frecuencia	Cantidad de paquetes	Kg	Frecuencia	Cantidad de paquetes	Precio
Semanal	2	0,5	Semanal	2	S/. 5
Mensual	8	2,0	Mensual	8	S/. 20
Anual	96	24,0	Anual	96	S/. 240

Conclusiones

Primero

Se concluyó con una propuesta de gestión de la innovación para mejora de la responsabilidad social empresarial de la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, SJJ, Lima, 2017, como respuesta a la escasa incorporación del proceso de reciclaje. La propuesta incluye el reciclaje y venta de los papeles y grapas desechados por el personal de la agencia financiera con la finalidad de lograr recaudar un fondo destinado al apoyo social al albergue de ancianos desamparados.

Segundo

Se identificaron los procesos de la gestión de la innovación, capaces de repercutir en la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mibanco – Agencia Jicamarca. En dicha entidad también se encontró que no hay una persona encargada de identificar las oportunidades a mejorar focalizadas en buscar una solución a una conducta socialmente responsable para la organización, lo que define la puesta en marcha de mejoras a partir de la gestión de la innovación propuestas en este estudio, por lo cual se realizó un aprendizaje acorde a los procesos administrativos de actualidad que garantizan la competitividad de toda organización empresarial.

Tercero

Se concluye que dentro de la entidad financiera se carece del análisis de teorías sobre responsabilidad social empresarial para propiciar la gestión de la innovación, lo que repercute en la generación de tecnologías para el mejoramiento de los procesos. Por ello, se han observado las áreas de la entidad financiera (negocios, operaciones y recuperaciones) a

fin de lograr, mediante el análisis, la adaptación de la gestión de la innovación con respecto a estrategias útiles para definir los pasos a seguir a lo largo del procedimiento de innovación para supervisión de las actividades consideradas.

Cuarto

Se logró la elaboración de una propuesta de gestión de la innovación que considera actividades propias de la responsabilidad social empresarial dentro de la entidad financiera por no haber sido consideradas con anterioridad, incluyéndose para este caso la estrategia tecnológica, creatividad e innovación, vigilancia tecnológica, gestión de proyectos tecnológicos, financiación de la innovación, aseguramiento de la innovación, la explotación de la innovación y generación, conservación y gestión del conocimiento de la empresa al entorno actual de los cambios constantes requeridas para mayor competitividad empresarial.

Recomendaciones

Primero

A la gerencia general, se sugiere aplicar la propuesta de gestión de la innovación para la mejora de la responsabilidad social empresarial, incorporando el proceso de reciclaje de papeles y grapas, que consiste en inculcar una cultura de reciclaje a todo el personal de la agencia, mediante la divulgación de la información, programación anual para el recojo de residuos y la capacitación del personal. Con esta propuesta se estará considerando a Mibanco como una de las empresas responsables socialmente.

Segundo

A la gerencia de la agencia Jicamarca, se recomienda identificar los procesos de la gestión de la innovación, los que repercutirán en la responsabilidad social empresarial, que involucra los siguientes procesos: Vigilar, para identificar las oportunidades de mejora; focalización, que está centrada en buscar una solución con la implementación del proceso de reciclaje; capacitación que define la puesta en marcha de la organización basada en un programa anual de capacitaciones; implantación de la propuesta que pone en funcionamiento el proyecto de innovación y el aprendizaje que permite que la entidad actúe de manera responsable con la sociedad.

Tercero

A la gerencia de la agencia Jicamarca, se sugiere analizar las teorías sobre responsabilidad social empresarial y gestión de la innovación, pues en la investigación se analizaron diversas tesis para una comprensión detallada con respecto a la propuesta de innovación de la entidad financiera.

Cuarto

A la gerencia de la Agencia Jicamarca, se sugiere incluir actividades de responsabilidad social para la empresa y propuestas para la gestión de la innovación, mediante ocho (8) pasos: Estrategia tecnológica, creatividad e innovación, vigilancia tecnológica, gestión de proyectos tecnológicos, financiación de la innovación, aseguramiento de la innovación, la explotación de la innovación y generación, conservación y gestión del conocimiento de la empresa. Todo ello ayudará a la adaptación de la empresa al entorno actual de cambios sociales.

Referencias

- Ángel, B. (2014). El concepto de innovación. *CEIPA Business School*. Recuperado de [file:///C:/Users/LAB07-01/Desktop/94-Texto%20del%20art%C3%ADculo-461-1-10-20140923%20\(1\).html](file:///C:/Users/LAB07-01/Desktop/94-Texto%20del%20art%C3%ADculo-461-1-10-20140923%20(1).html)
- Ángel, B. E. (2014). La gestión de la innovación en las grandes empresas. *Tecnología de innovación en la empresa*. Recuperado de <file:///G:/107-Texto%20del%20art%C3%ADculo-526-1-10-20140923.html>
- Asociación de la Industria Navarra (2008). *La gestión de la Innovación en 8 pasos*. Recuperado de http://www.fundacionede.org/gestioninfo/docs/contenidos/_8pasosinnovacion_.pdf
- Benavides, L. H. (2011). *Gestión, liderazgo y valores en la administración de la unidad educativa "San Juan de Bucay" del cantón general Antonio Elizalde (Bucay). Durante periodo 2010-2011*. (Tesis de maestría). Centro Universitario Guayaquil, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja. Recuperado de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf
- Buriticá, L. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial y su Relación Teórica con la Gestión de Talento Humano*. (Tesis de maestría). Manizales, Colombia: Universidad De Manizales. Recuperado de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/297/Buritica_Castro_Lida_Marcela_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cano, C. (2006). *Gerencia y gestión*. Ancash, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <https://es.slideshare.net/cirilay/conceptos-gerencia-y->

gestion

- Cano, J. (2011). *Percepción de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial en los Ejecutivos de Monterrey*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, México, Monterrey. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/2331/1/1080049373.pdf>
- Carrasco, Y. (2015). *Gestión de la innovación y el desarrollo tecnológico en la gran minería a tajo abierto del Perú: estudio de casos*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8521>
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance Social. *Semestre Económico, volumen 10, No. 2*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de <http://www.oiss.org/atprlja/?Libro-verde-sobre-Responsabilidad>.
- Duque, Y, Cardona, M. y Rendón, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Enciclopedia de Características (2017). *Innovación*. Recuperado de <https://www.caracteristicas.co/innovacion/>
- Ferrás, X. (2014). Una definición de innovación. *Innovación.cl*. Recuperado de <http://www.innovacion.cl/columna/una-definicion-de-innovacion/>
- Francés. G. P. (2004). *Responsabilidad Social de las empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable*. Forética. Recuperado de <http://gestion-calidad.com/wp->

content/uploads/2016/09/Cuaderno-Responsabilidad-Social-Empresas.pdf

Gómez, C., Gómez, J. y Tinjacá, B. (2013). *Relación existente entre la Gestión de la innovación y la Capacidad Competitiva de la Micro, Pequeña, Mediana Y Gran Industria del Sector Confección de las Ciudades de Pereira y Dosquebradas*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Manizales–Colombia, Manizales. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/607/1/Tesis%20aprobada.pdf>

Guédez, V. (2008). *Ser confiable: Responsabilidad social y reputación empresarial*. Venezuela. Editorial Planeta Venezolana S.A.

Henaó, J. (2013). *La Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Gestión En La Organización Pranha S.A.* (Tesis de maestría). Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12095/1/7711507.2013.pdf>

Igartua, J. (2009). *Gestión de la innovación en la empresa vasca* (tesis doctoral). Universidad politécnica de Valencia, España. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7202/tesisUPV3154.pdf>

La Rosa, Regalado, Ventura y Vera. (2013). *La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores de Hamburguesas en Lima Metropolitana, hombres de 18 a 24 años, Lima, Perú*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8735>

Luna, J. E. (2012). *Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato* (tesis de doctorado). Universidad de

Celaya, México. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/jelc.pdf>

OCDE (2005). Tipos de innovación. Manual de Oslo. *Conexión Esan*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/>

Mibanco (2015). *Organigrama Mibanco*. Recuperado de <https://www.mibanco.com.pe/>

Morales, P. D. (2015). *Gestión de la innovación en una empresa de alimentos: un estudio de caso*. (Tesis de maestría). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica Del Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6651>

Murcia, C. (2012). *Modelo para la evaluación de la innovación. Un enfoque multidimensional e interdisciplinar*". (Tesis de Doctorado). Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/13793/64710_murcia%20rivera%20cecilia.pdf

Ramírez, C. (2005). *Fundamentos de la administración*. Recuperado de <https://documents.mx/documents/lib-fundamentos-de-administracion-carlos-ramirez-cardona-3ra-ed-tutomundicom.html>

Ramos, L. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión de la innovación para la empresa TTG Mexicana*. (Tesis de maestría). México: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de <http://tesis.ipn.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/14305/2014%20LAURA%20ALEJANDRA%20RAMOS%20ALMAZAN.pdf;sequence=1>

Romo, A. (2016). Responsabilidad Social Empresarial y su evolución en México Medio ambiente y sociedad. Congreso nacional de ciencias sociales. Recuperado de

<http://eprints.uanl.mx/9733/3/RSE.pdf>

Sendotu (2011). *Responsabilidad Social Empresarial* (6). Recuperado de

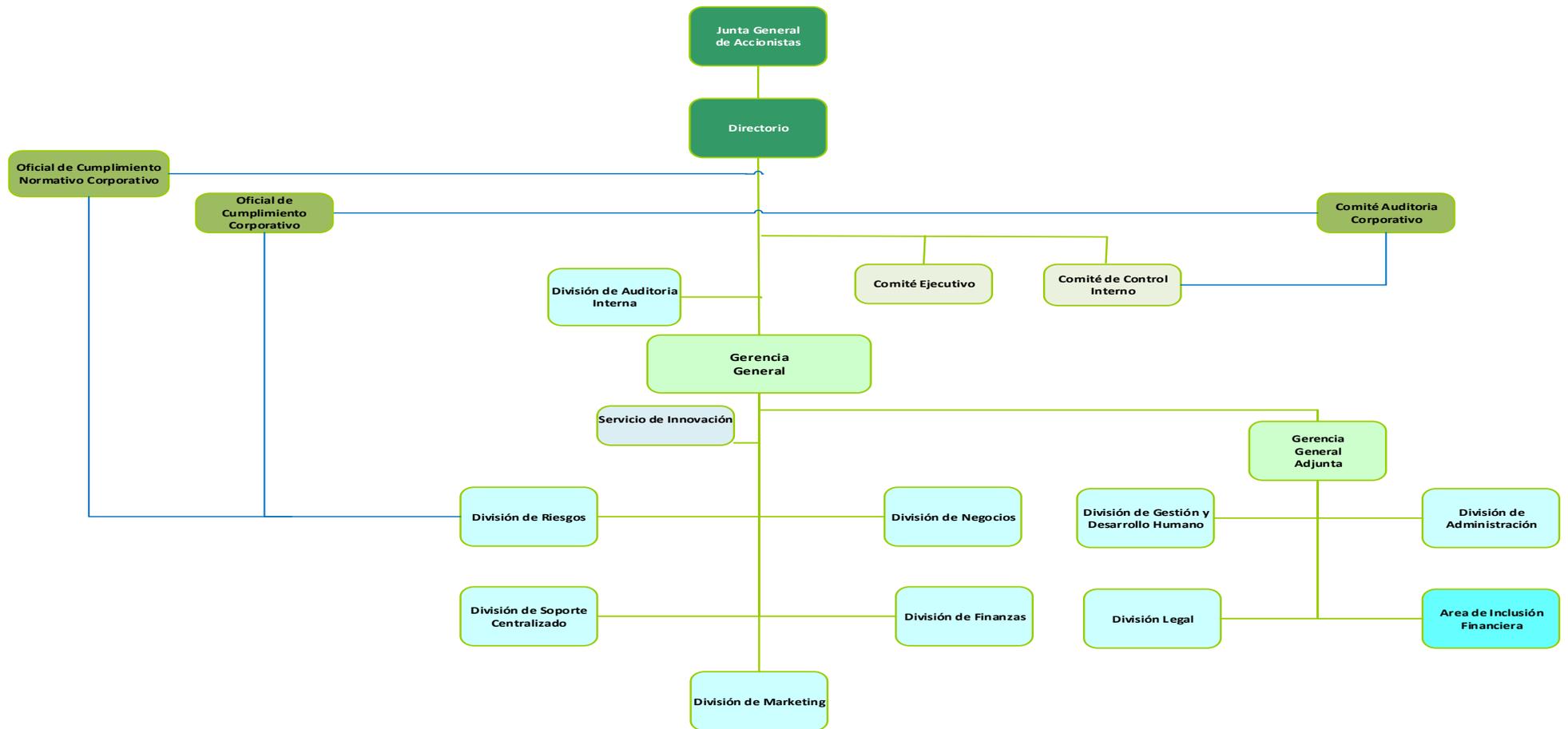
http://www.sendotu.org/documents/files/Cuaderno_RSE.pdf

Apéndice

Anexo 1: Matriz de consistencia.

Propuesta de Gestión de la Innovación para mejorar la responsabilidad social Empresarial en la entidad financiera Mibanco - Jicamarca, SJL, Lima 2017		
Planteamiento de la Investigación	Objetivos	Justificación
Formulación del problema.	Objetivo general	
Problema general		
¿De qué manera la gestión de la innovación ayudará en la mejora de la responsabilidad social empresarial en la entidad financiera Mibanco - Jicamarca?	Proponer un modelo de gestión de la innovación para mejorar la responsabilidad social empresarial de la entidad financiera Mibanco – Jicamarca, SJL, Lima 2017.	Dentro de la propuesta que se está realizando sobre la Gestión de la Innovación en la entidad bancaria Mibanco – Jicamarca, el tema de RSE está siendo muy demandado en el mercado ya que crea una imagen diferente de la empresa hacia los clientes internos y externos de la organización, también se puede mencionar que la propuesta ayuda a la identificación de una cultura de reciclaje en la organización y se identificarían las posibles soluciones para la propuesta que se está planteando.
Objetivos específicos		
	Identificar los procesos de la gestión de la innovación.	
	Analizar las teorías sobre responsabilidad social empresarial.	
	Elaborar una propuesta de gestión de la innovación que incluya actividades de la responsabilidad social empresarial para la empresa.	
	Validar los instrumentos que se emplearan como parte de la propuesta a través del juicio de los expertos.	
	Evidenciar los resultados esperados en cuanto a la optimización de las compras.	
Metodología		
Enfoque	Diseño	Método y técnicas
Mixto	No experimental	Deductivo, Propositiva y Proyectiva

Anexo 2: Organigrama de la empresa Mibanco.



Anexo 3: Fotos en el área de operaciones.



Foto 1. Área de operaciones



Foto 2. Caja de la agencia



Foto 3. Almacenamiento de papel bond



Foto 4. Almacén de Mibanco agencia Jicamarca

Anexo 4. Fotos en el área de negocios.

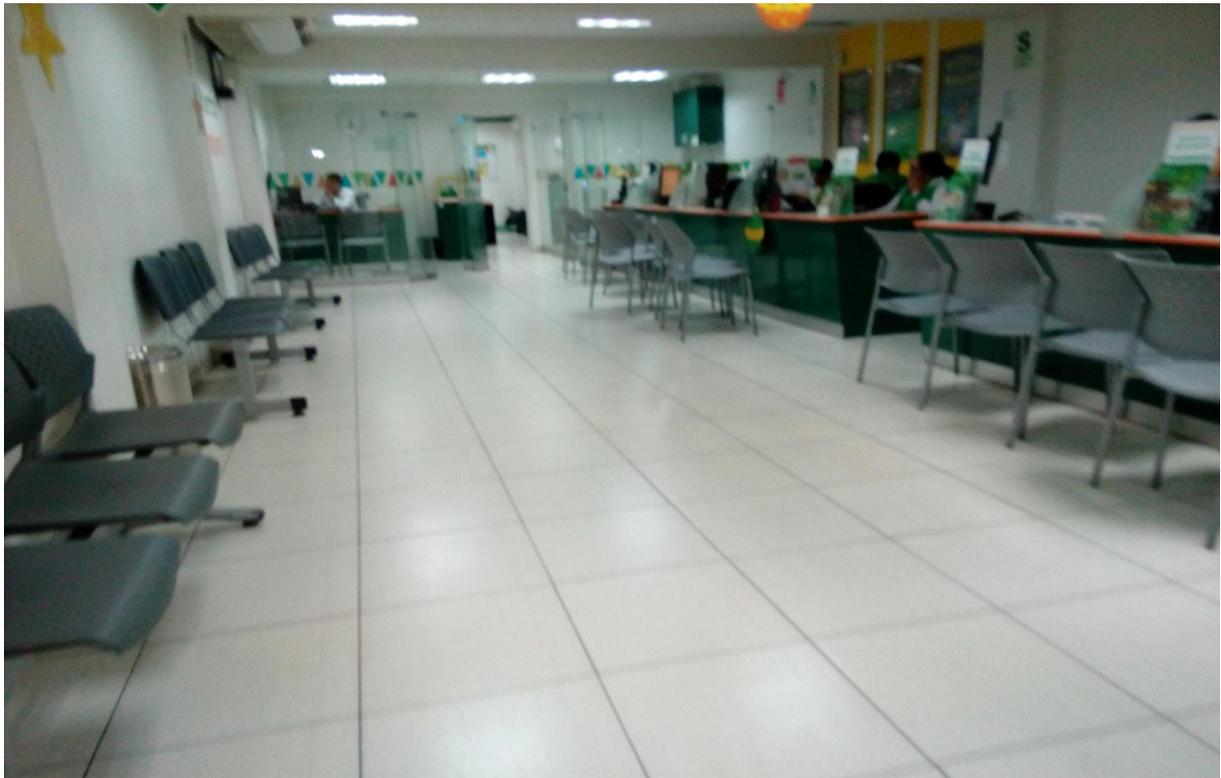


Foto 5. Área de negocios.



Foto 6. Área de negocios.

R.U.C. N° 20382036655
GUIA DE REMISION - REMITENTE
194 - N° 014266

R.U.C. N° 20101085199
GUIA DE REMISION - REMITENTE
N° 011 - 0397656

SCP SCHROTH CORPORACION PAPELERA
Oficina: P. Luis Felipe Villarón 315 - Urb. Chacarilla Santa Cruz - San Isidro - Lima - Lima
Planta: Calle Lince 11990 P.O. 440-470
Sucursal Arequipa: Calle Arequipa - Arequipa - Arequipa - Lima - Lima
Sucursal Cuzco: Calle Cuzco - Cuzco - Cuzco - Lima - Lima
Sucursal Iquitos: Calle Iquitos - Iquitos - Iquitos - Lima - Lima
Sucursal Piura: Calle Piura - Piura - Piura - Lima - Lima
Sucursal Tarma: Calle Tarma - Tarma - Tarma - Lima - Lima
Sucursal Trujillo: Calle Trujillo - Trujillo - Trujillo - Lima - Lima
e-mail: schroth@schroth.com.pe

Fecha de Emisión: 04/12/2017 Fecha de Traslado: _____
Punto de Partida: LOS CLAVELES - LAS APE - VITARPE - LIMA - LIMA
Punto de Llegada: HSB - U - LT - 05 - P-3 - ENRIQUE HOPPENBERG - CAS
Referencia: JACANSON - LIMA - LIMA - SAN JUAN D.

DATOS DEL DESTINATARIO
Razón Social: BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.
Dirección: CB - DOMINGO CORNE HRO. - 169 - HRS - LIMATAMBO - TALTO
RUC: 20282026655 N° Guía: 011-039455 N° Factura: 001-00052881
N° Pedido: 682298 N° Orden de Compra: 00-000000

DATOS DEL TRANSPORTISTA
Nombre o Razón Social: SCHROTH CORPORACION PAPELERA S.A.C.
RUC: 20101085199
MOTIVOS DEL TRASLADO:
1. VENTA 6. TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE LA MISMA EMPRESA
2. COMPRA 7. TRASLADO POR EMPRESA
3. DEVOLUCION 8. OTROS
4. CONSIGNACION
5. TRASLADO DE BIENES PARA TRANSFORMACION

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
1CCP750004	FOTOCOPIA 075 GR A-4 KEROCOPY	MLL	65.00

INDICACIONES: / O / SI / Nro. OC: SIN OCSIN OC copias Guía: 1 Llavir: Guía: * Implicaciones de Servicio: JACANSON PERODOS CAJAHUAS
CUARTOS, CHALECO, BARBIQUEJOS * SCIN: SI * Usa Material Reciclado: SI * Datos Contacto: RAMIREZ RAMIREZ LILIANA
FOTOCUPLA 2138000 - Horario: DESP 04/12

FECHA ADELANTE: PUNTO ADV: 27/11/2017 10:21:59 INSI - PELVADAS
OBSERVACIONES: Entrar 14-9-1/2-30-5PM
Hora: 04:19 PM GUIA DE LA FAMILIA 166220

V"B" OPERACIONES: ALMACÉN TRANSPORTISTA RECIBI CONFORME COPIA ADQUIRENTE

Observaciones: _____

Destinatario: _____
p. Mibanco Recibi Conforme (Sello y Firma)

OMAN S.R.L.
R.U.C. 20111518255
Calle 18 de Av. 252866011
N° de Av. 013601 al 017600
Fecha de impresión: 07/11/2017

Foto 7. Guía de remisión de envío de papel.

R.U.C. N° 20267163228
GUIA DE REMISION - REMITENTE
N° 015 - 0053407

INGRAM MICRO
INGRAM MICRO S.A.C.
Av. Javier Prado Este N° 175 disto. 903, San Isidro - Lima - Perú
Av. Argentina 3119, Cercado de Lima - Lima - Perú
Central Telefónica: 208-5500

Destinatario Nombre: BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A. (PI B ANCO)
Dirección de Llegada: Asentamiento Humano Enrique Montenegro PZ. U
E: 05
Dirección de Partida: Av. Argentina 3119
Transportista: IN HOUSE & OUTSOURING E.I.R.L.L.
Costo Mínimo del Transporte: _____

Destinatario R.U.C. N°: 20382036655
Prov. y Dpto.: LIMA LIMA SAN JUAN DE LURIGANCHO
Transportista R.U.C. N°: 20016013641
Fecha del Traslado: 15.11.2017
EDIC. OFICINA 319555 - 2451 - 2452

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PESO
000010	3311578	90X BLK CONTRACT LT TONER + CE30XC	1.00	EA	0,00
000020	3311594	81X BLK CONTRACT LT TONER + CF301XC	1.00	EA	0,00

15 NOV. 2017 ENTREGADO

COMPRADOR:
HP INC PERU S.R.L
RUC: 20600216312

Observaciones: Pedido 7013278943 / Doc. Despacho 8012028559 / Ruta 600L07

Motivo de Transporte:

1. VENTA <input type="checkbox"/>	6. TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE LA MISMA EMPRESA <input type="checkbox"/>	10. TRASLADO ZONA PRIMARIA <input type="checkbox"/>
2. VENTA SUJETA A CONFIRMACION DEL COMPRADOR <input type="checkbox"/>	7. TRASLADO DE BIENES PARA TRANSFORMACION <input type="checkbox"/>	11. IMPORTACION <input type="checkbox"/>
3. COMPRA <input type="checkbox"/>	8. RECOJO DE BIENES <input type="checkbox"/>	12. EXPORTACION <input type="checkbox"/>
4. CONSIGNACION <input type="checkbox"/>	9. TRASLADO POR EMISOR (ITINERANTE DE COMPROBANTES DE PAGO) <input type="checkbox"/>	13. VENTA CON ENTREGA A TERCEROS <input type="checkbox"/>
5. DEVOLUCION <input type="checkbox"/>		14. OTROS NO INCLUIDOS EN LOS PUNTOS ANTERIORES TALES COMO EXHIBICION, DEMOSTRACION, ETC. DEBIDO CONSIGNARSE EXPRESAMENTE EL MOTIVO DEL TRASLADO <input type="checkbox"/>

Nombre: _____
DNI: _____
Cargo: _____
Fecha: _____ Horas: _____
Firma y Sello

Foto 8. Guía de remisión envío de grapas.

SUPLACORP
 Proveedor Integral
 Operador Logístico

SUPLACORP S.A.C.
 Jr. Montevideo 1111 (Piso 4) Lima - Lima (Perú)
 Telf. (51-1) 625 7000

P. 1003076 / G. 001-0949231 / E.J.: MBURGOS(998327220) / Zona 2 / D. San Juan de Lurigancho

R.U.C. 20465062356
GUIA DE REMISION
REMITENTE
Nº 001 - 0949231

Razon Social: **MIBANCO - BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.**
 RECEPTOR: **119 DE JICAMARCA - MCC DE JICAMARCA**
 DIRECCION: **Cal. domingo orue nro 165 res. urb. limatambo - LIMA**
 R.U.C.: **20382036655**
 PUNTO DE PARTIDA: **AV. NICOLAS AYLLÓN 1711**
 NUM. FACT: _____

FECHA DE INICIO TRASLADO: _____ ORD. DE COMPRA: **011316 (E.T.)**
 FECHA DE EMISION: **12/12/2017**

PUNTO DE LLEGADA: **LIMA-PP11 ENRIQUE MONTENEGRO MZ U LT 06 JICAMARCA**

1- VENTA 4- CONSIGNACION 7- TRASLADO PARA TRANSFORMACION
 2- VENTA SUJETA A CONFIRMACION 5- RECOJO DE BIENES TRANSPORTADOS
 3- COMPRA 6- TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS 8- OTROS

CUMPLIMOS CON REMITIRLES EN PERFECTAS CONDICIONES, CONFORME A SU PEDIDO

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
13691	Archivador Artesco Plastico Oficio Lomo Ancho (Bcm)	UNIDAD	8.00
14125	Bolsa para moneda 5 x 8 x 4 cm	CIENTO	2.00
1387	Cinta Adhesiva Pegafan Transparente 1/2 x 36 yd	ROLLO	4.00
10089	FASTENER ARTESCO ANTICORTE (CAJA X 50)	CAJITA	4.00
1738	File Colgante Oficio Color Naranja con Varilla de Plastico	UNIDAD	50.00
13661	FILE MANILA GRAPHOS ECORILE OFICIO CREMA	PQTE X 25	14.00
537	Ligas Alleanza 1/4 Lbs	CAJA	3.00
11863	Sobre Manila Graphos A4 90 gr 24x34 cm	PQTE X 50	5.00

TRANSPORTISTA: _____ R.U.C.: C.I.
 DIRECCION: _____ MARCAL C.
 PLACA Nº: _____

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

BUREAU VERITAS 1828

UKAS MANAGEMENT SYSTEMS

ABE ASOCIACIÓN DE BUENOS EMPLEADORES

Jacqueline Pravedo Calvario
 Jefe de Banca de Servicio

13 Dic. 2017

CONTROL ADMINISTRATIVO

RECIBI CONFORME (Sello y Firma)

Foto 9. Guía de remisión de envío de materiales de oficina.



Foto10. Entrada principal de la congregación de hermanitas de los ancianos desamparados



Foto11. Oficina de recepción de la congregación de hermanitas de los ancianos desamparados



Foto12. Entrada principal de la congregación de hermanitas de los ancianos desamparados



Foto13. Portón principal de la congregación de hermanitas de los ancianos desamparados