

Título: CO-CREACIÓN DE VALOR EN LAS RELACIONES EMPRESA-ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN EL CONTEXTO DE LA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC). FACTORES DETERMINANTES DESDE LA PERSPECTIVA NO LUCRATIVA.

Nombre: Díaz Perdomo, Yolanda

Universidad: Universidad de Oviedo

Departamento: Administración de empresas

Fecha de lectura: 23/07/2019

Programa de doctorado: Programa de Doctorado en Economía y Empresa por la Universidad de Oviedo

Dirección:

- > **Director:** MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ
- > **Codirector:** LUIS IGNACIO ÁLVAREZ GONZÁLEZ

Tribunal:

- > **presidente:** RODOLFO VAZQUEZ CASIELLES
- > **secretario:** NURIA GARCÍA RODRÍGUEZ
- > **vocal:** MARTA REY GARCIA
- > **vocal:** ANA LANERO CARRIZO
- > **vocal:** GONZALO DÍAZ MENESES

Descriptores:

- > MARKETING
- > ECONOMIA SECTORIAL

El fichero de tesis ya ha sido incorporado al sistema

- > <http://hdl.handle.net/10651/52785>

Localización: BIBLIOTECA CENTRAL UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Resumen: El objetivo básico de este trabajo es evaluar en qué medida la adopción por parte de las organizaciones no lucrativas (ONL) españolas de una estrategia de co-creación de valor en sus relaciones con empresas, motivada por distintos factores del entorno o de las propias organizaciones, puede derivar consecuencias positivas tanto en sus públicos objetivo más directos, como en la propia organización y, en última instancia, en la sociedad en su conjunto. Este objetivo general se articula en los siguientes objetivos específicos:

- Desarrollar una escala de medida, válida y fiable, de la adopción por parte de las ONL de una estrategia de co-creación de valor en sus relaciones de colaboración con empresas privadas.
- Identificar los condicionantes o antecedentes, externos e internos, y los factores moderadores, de la adopción de una estrategia de co-creación de valor por parte de las ONL.

- Analizar las consecuencias a distintos niveles de análisis que para las ONL tiene la adopción de una estrategia de co-creación de valor en sus relaciones con las empresas.

Para poder cumplir estos objetivos, se analiza una muestra de 205 ONL españolas socialmente innovadoras, que colaboran o han colaborado con empresas privadas en los últimos tiempos. La metodología del estudio se fundamenta en la revisión de la literatura académica especializada sobre la co-creación de valor y en la investigación empírica cuantitativa para desarrollar una escala de co-creación válida y fiable para el conjunto de ONL, que permita evaluar los posibles factores condicionantes, moderadores y consecuencias de la adopción de esta estrategia de gestión por parte de las entidades sin ánimo de lucro.

El trabajo doctoral se estructura en cinco capítulos principales. En el primero se presenta una descripción de los principios básicos de la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y sus últimas tendencias. Se abordan los conceptos y las cuestiones clave de dicha estrategia de gestión, y se describe y desarrolla la innovación social en el contexto de la RSC.

El capítulo segundo se centra en la colaboración entre empresas y ONL basada en la co-creación de valor y desde la perspectiva de las ONL. Se desarrolla tanto el concepto como las características específicas de esta estrategia de gestión, y se describe la co-creación en la colaboración específica entre las ONL y las empresas. A continuación, se tratan sus antecedentes o condicionantes, tanto los externos del entorno o contexto institucional, como los internos u organizativos, identificándose las primeras hipótesis. Por último, este capítulo desarrolla las consecuencias que la adopción de una estrategia de co-creación de valor por parte de las ONL en sus relaciones con empresas privadas tiene en diferentes niveles de análisis, planteando las hipótesis correspondientes.

La metodología de la investigación se describe en el capítulo tercero. Se establecen los objetivos que fundamentan el trabajo doctoral, se justifica la idoneidad de las ONL españolas como unidad de análisis del trabajo empírico, se describe la base de datos utilizada y el trabajo de campo desarrollado para obtener los datos relevantes para el estudio, se delimitan las variables de medida incorporadas en el cuestionario online que lo estructura, y se describen las técnicas de análisis de datos empleadas para contrastar las hipótesis que han sido planteadas en el capítulo anterior.

El capítulo cuarto presenta los principales resultados obtenidos en el estudio empírico. El capítulo empieza con la evaluación de la dimensionalidad, fiabilidad y validez, convergente y discriminante, que permita analizar la escala de medida propuesta del grado de adopción por parte de las ONL españolas de una estrategia de co-creación de valor en su relación de colaboración con las empresas privadas. A continuación, se identifican sus antecedentes y los moderadores. Finalmente, se describen las consecuencias prácticas a tres niveles de análisis: micro (para los beneficiarios o usuarios de las actividades de las ONL), meso (para ambas organizaciones, la ONL y la empresa), y macro (para la sociedad en su conjunto).

Para finalizar, en el capítulo quinto se exponen las principales conclusiones, teóricas y prácticas, del trabajo de investigación desarrollado, las implicaciones prácticas para la gestión de las ONL, las limitaciones del trabajo y, de modo relacionado, las líneas de investigación que podrían emprenderse en el futuro.

