



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“RELACIÓN ENTRE VALOR COMPARTIDO Y  
SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA 111  
CONSULTING GROUP SRL, CAJAMARCA, 2020”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Administración**

Autoras:

Quiliche Vasquez, Fanny Jhysenia  
Ruiz Villena, Erica Jhoana

Asesor:

Mg. Karen Tatiana Dávila García

Cajamarca - Perú

2020

**Tabla de contenido**

<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO III. MATRIZ DE CONSISTENCIA Y CRONOGRAMA.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>27</b>
<b>ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>29</b>

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática:

En la actualidad la globalización acelerada ha generado, que las empresas se consideren consientes de la gran importancia de ubicar una estrategia de negocio considerando que, “se integran a la sostenibilidad corporativa desde el valor generado entre empresa y sociedad, identificando responsabilidades individualidades y colectivas presentes en dicha vinculación” (Polanco, Ramirez, & Orozco, 2016).

En primera instancia, tenemos diversos estudios internacionales que logran satisfacer sus necesidades de un buen gobierno corporativo, según algunos ejemplos en las organizaciones, En el caso de Nestlé considerada pionera en implementación de valor compartido y sostenibilidad nos indican que, “para tener éxito a largo plazo, una empresa debe crear valor no solo para sus accionistas, sino también para la sociedad” (Letmathe, 2008, pág. 2). Por eso, desde las perspectivas importantes de Porter y Kramer (2011) (como se citó en Sanchis y Campos,2019) los autores que hacen prevalecer el concepto de la creación de valor compartido, afirman que, “la intersección entre el valor económico y el valor social es lo que denominan valor compartido. Según esta perspectiva, la creación de valor social influye positivamente en la creación de valor económico y garantiza la sostenibilidad de la empresa” (pág. 444).

Además, para entender dicha tendencia en Latinoamérica en Bogotá tienen una iniciativa de clúster y valor compartido, “en el 2013 la Cámara de Comercio de Bogotá creó el premio de valor compartido, un reconocimiento a las organizaciones para que con un

negocio rentable logre sostenibilidad mejorando las condiciones sociales, económicas o ambientales de Colombia” (Gomez, Hernandez, Hernandez, & Méndez, 2017).

Desde un enfoque más abreviado Según Vaca, Ortega, & Moreno (2018) se afirma que:

El valor compartido desde lo general de la realidad sostenible como estrategia empresarial, constituye, en este tiempo la columna vertebral para el aseguramiento de las organizaciones, garantizando su continuidad en el futuro porque, incuestionablemente, desarrollo sostenible es una nueva cultura: una nueva conciencia ecológica, económica y ética hacia el ser humano y ambiente; así como una postura conservacionista de los recursos que garanticen la sostenibilidad económica y social de los países (pág. 11).

Para considerar una de las perspectivas estrategias innovadoras empresariales en Perú, con finalidad de inclusión social y económica en el 2008, se inicia un proyecto en la comunidad de Misminay en la ciudad de Cuzco, con cien personas trabajando para el proyecto hasta el año 2015. Donde, se empiezan a dar cuenta que el valor compartido parte desde la pobreza extrema en zonas rurales según un estudio de Salas (2017) se afirma que:

La relación de la creación de valor económico y valor social, se concluye que cuando una empresa relaciona las necesidades sociales con su cadena de valor, proporcionando productos y servicios que beneficien al medio ambiente por medio de más eficiencias generando un empoderamiento a los proveedores de bajos recursos para mejorar su productividad y a la vez, su calidad de vida (pág. 47).

Finalmente, se tiene en cuenta las organizaciones del Perú, Según el informe Demografía Empresarial en el Perú, en el primer trimestre del año 2020, el número de empresas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 millones 765 mil 699 empresas, cifra mayor en 13,4% en comparación con similar periodo del año 2019. Así mismo, se constituyeron 61 mil 488 empresas entre enero y marzo, así como se dieron de baja 30 mil 184 presentando una variación neta de 31 mil 304 empresas, Las altas empresas con respecto al primer trimestre del 2020 en el departamento de Lima que representó el 41,6% del total. Por otro lado, en Cajamarca altas empresas con 1641 representando al 2,7% del total y de bajas empresas con 623 representando al 2,1% del total. (Demografía Empresarial en el Perú,[INEI], 2020, pág. 2).

Centrándonos en un ámbito de organizaciones de servicios en el rubro de construcción las altas empresas para el primer trimestre del año 2020 son 2938 representando al 4,8% del total. Se presentó una variación negativa en el primer trimestre, respecto a similar periodo del año anterior, entre las principales actividades fue la actividad de construcción, (-43,5%), (INEI, 2020, pág. 7).

Después de realizar un análisis de los casos, perspectivas y alcances de las empresas de servicios, con diversos estudios señalando autores que investigan una nueva tendencia de estrategia de modelo de negocios; se consideran las siguientes teorías relacionadas a las variables de valor compartido y sostenibilidad:

Se considera en un comienzo la teoría del valor que nació como respuesta a un entorno fundamental de la economía, porque, de acuerdo a los preceptos de la economía política y social, los individuos buscan ser autónomos a través del dinero, por lo que se deduce que crear valor es importante por sus principios que se pueden expresar de, manera cuantitativa;

es, “La maximización del rendimiento de la inversión de los accionistas en el largo plazo. La aportación de valor debe extenderse al mayor número de actividades posibles dentro de la organización” (Franklin, 2007, pág. 137).

Diversos estudios comprenden que el valor es un término filosófico, que también fue estudiado por la axiología para explicar distintos ámbitos y tipos, un autor considera que:

La palabra valor se emplea en la vida diaria con varios significados. El más usual es el económico que se popularizó a partir del siglo XVIII. También designa la cualidad de la persona que hace frente a las dificultades y peligros. Ahora bien, el sentido más universal del término lo divulgó la axiología desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, definiendo como aquello que todos pretenden, lo que rompe en indiferencia y les mueve a obrar (Ríos, 2001, pág. 25).

Sin embargo; desde el punto de vista de Ramón Guardián, presidente de Ventas & Marketing (como se citó en Díaz Cáceres, 2015) nos habla de la teoría de la responsabilidad social empresarial nos indica que:

La evolución comenzó desde 1995 se gestionaba de una manera responsable y que esta no se crea por tener una excusa para protegerte de riesgos presiones o críticas. Este punto de lineamientos y estrategia corporativa de RSE crea una oportunidad para las empresas al pasar de hacer acciones filantrópicas sin alguna restricción de ingresos y beneficios monetarios (pág. 217).

De las evidencias anteriores, en este punto, se extraen algunas perspectivas que permiten contextualizar el constructo de la teoría del valor compartido sostenible, al iniciar a construir características del valor en la dimensión sostenible pasa a ser un concepto de un

nivel más elevado porque la creación del valor compartido es una teoría que se compone entre el interés económico y el bienestar social, es posible conectarla con el valor sostenible; dicho de otra manera, en materia corporativa las empresas lograrán resultados más exitosos en la medida que políticas alcancen un nivel superior frente a sus competidores, no solo creando oportunidades de desarrollo, sino también involucrándose con sentido de pertenencia y compromiso por el uso cuidadoso y responsable de los recursos, algo que si es factible. (Vaca, Ortega, & Moreno, 2018, pág. 12).

Los antecedentes de investigaciones similares se realizaron con el fin de demostrar que la creación del valor compartido puede influir de manera positiva en la sociedad y en las empresas generando sostenibilidad empresarial, a continuación se presentan las investigaciones realizadas en diferentes países, así como en Perú:

Gomez, Hernandez, Hernandez, & Méndez (2017), realizaron la investigación “*Diagnóstico del Concepto de Valor Compartido en el Sector de la Construcción de Vivienda en Colombia*”, tuvo como objetivo identificar la percepción del concepto de valor compartido en tres empresas colombianas. Con respecto a la metodología, el tipo de investigación fue descriptivo, con un enfoque cuantitativo. En los resultados de la investigación se evidenció que el concepto de valor compartido en empresas de construcción aun es débil, sin embargo, el 100% de empresas de la muestra, implementan prácticas de desarrollo sostenible. Por lo tanto, si las empresas continúan desarrollando estas iniciativas e implementando la creación de valor compartido a largo plazo van a mejorar su competitividad y a la vez ayudaran a mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades donde operan.

La investigación “*Servicios Mineros del SUD Sociedad Anónima y la Creación del Valor Compartido*” realizada por Torres (2019), tuvo por objetivo establecer el nivel de desarrollo de las políticas de Creación del Valor Compartido en la empresa minera SERMISUD S.A. localizada en Bolivia, utilizando una metodología cualitativa con enfoque no experimental-descriptivo. Los resultados obtenidos de la investigación mostraron que SERMISUD tiene poco conocimiento sobre la estrategia de valor compartido, pero por estar en este rubro la empresa se involucra en el desarrollo de las comunidades carentes de servicios básicos. Estas acciones son el punto de partida de abordad los problemas sociales y económicos de las comunidades y permiten dirigir a esta hacia los propósitos básicos de la creación de valor compartido enfocado en la sostenibilidad.

Carrillo & Saltos (2019), realizaron la investigación “Estrategia de Valor Compartido para las PYME Dedicadas a Confecciones de Ropa, en Guayaquil, Años 2017 - 2018”, tuvo por objetivo describir la situación actual de la aplicación de la estrategia de valor compartido en 17 pequeñas y medianas empresas del rubro confección de ropa en Ecuador. La metodología utilizada fue de tipo cualitativo. En general 12 de las 17 empresas estudiadas tienen claro que las funciones de las organizaciones es involucrarse en el desarrollo socioeconómico, estas 12 empresas manejan conocimiento y orientación a la creación de valor compartido siendo más competitivas que las otras empresas. En conclusión, las empresas estudiadas están en posición favorable para crear valor compartido, debido a que desarrollan programas de compromiso social y ambiental; estas prácticas han influido en el aumento de sus ingresos.

La investigación “*Valor Compartido en el Sector Construcción Civil*” desarrollada por Osco, Yépez, Reyes & Berrospi (2017), tuvo por objetivo describir y analizar el nivel de



conocimiento de preparación y aplicación del enfoque valor compartido en tres empresas constructoras peruanas. La metodología utilizada para la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental. Se analizó y midió los resultados bajo el enfoque de la creación de valor compartido tanto para la cadena de valor, la construcción de clúster, y en la relación con los Stakeholders (comunidad, medio ambiente, clientes, proveedores, accionistas, colaboradores) en cada una de las compañías. Finalmente, el resultado fue que las empresas encuestadas del sector se encontraban en un nivel bajo de conocimiento y aplicación de valor compartido, y lograr la sostenibilidad a largo plazo era menos probable.

Marceliano (2018) , desarrolló la investigación “*Valor compartido en Compañía Minera Poderosa S.A.*” con el objetivo desarrollar y describir la aplicación del concepto de valor compartido en la Minera Poderosa. La población estuvo conformada por todos los colaboradores de la empresa Poderosa. El método de investigación fue no experimental del tipo transversal-longitudinal. Los resultados de la investigación indicaron que Poderosa cuenta con un nivel de aplicación medio de valor compartido, que los directivos tienen un nivel de conocimiento bajo sobre valor compartido, que Poderosa viene implementando iniciativas de valor compartido (formalización de mineros artesanales, desarrollo de empresas comunales, proveedores locales, gestión sostenible de recursos hídricos y la promoción de Consejos Comunales) y que Poderosa cuenta con un nivel alto de preparación para generar valor compartido. Por lo tanto, el accionar empresarial de Poderosa genera beneficios para la comunidad y para la empresa simultáneamente.

Álvarez, De Lama & Rojas (2017), realizaron la investigación “*Valor Compartido en la Industria de Producción de Cemento en el Perú*”, tuvo como finalidad identificar hasta donde conoce y aplica dicho sector la estrategia de crear valor compartido. El estudio se

realizó tomando como muestra a tres empresas: Unión Andina de Cementos, Cementos Pacasmayo y Yura. La metodología utilizada fue cuantitativa con un enfoque descriptivo. En los resultados obtenidos de la investigación, se identificó que las empresas estudiadas desarrollan actividades que generan impacto positivo en la sociedad, de manera paralela generan beneficio económico para la empresa; a pesar de desarrollar estas actividades las empresas no lo declaran o mencionan en sus reportes. Por lo tanto, estas empresas tienen mayor posibilidad de integrar el modelo de creación de valor compartido en sus estrategias de desarrollo sostenible.

Por consiguiente, iniciaremos con las bases teóricas indicando conceptos e información complementaria para manejar de forma adecuada cada variable propuesta en la investigación:

El concepto de valor compartido según Porter y Kramer (2011) se define como:

Las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera. La creación de valor compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económicos y sociales. (pág. 16).

Un cambio e innovación en la Responsabilidad social Empresarial, Según Melamed, Blanco y Rodríguez (2018) describen su problemática actual:

La gestión actual de organizaciones aun consideran la responsabilidad social empresarial, no suele generar algunos casos la sinergia requerida con los grupos de interés, y en ocasiones se limita a un enfoque de cumplimiento normativo, los resultados de dicha divergencia se refleja en el gasto financiero

relacionado con la actividad social y el valor orientadas a lo social, vinculando la participación de otras instituciones en el avance hacia el desarrollo sostenible. (pág. 44).

Vaca, Ortega, y Moreno, (2018), afirman que, “Debido a que las empresas han dejado de ser típicas filantrópicas responsables con el cumplimiento de las leyes y el pago de impuestos, transformándose en instituciones conscientes de su entorno social, que contribuyen a la mejora y el desarrollo social”, Por consiguiente la responsabilidad social empresarial no son políticas que crean las empresas, si no respuestas a las necesidades, es por eso que actualmente se ha dejado de ser una interesante esta estrategia. (pág. 9).

Las dimensiones del valor compartido Según Daza Corredor, Sánchez Otero, y Bernal Payares (2019), nos indica que se divide en tres:

Redefiniendo productos y mercados, hace referencia a la redefinición, ajustes o innovación en productos y mercados que hacen las compañías para enforarlos en la base y de esta generar impacto en las condiciones de vida de poblaciones o consumidores y otros grupos de interés. La siguiente es redefiniendo la productividad en la cadena de valor, es el vínculo entre las compañías y su cadena de valor acción de mejora de costos y aspectos ambientales, sociales y económicos para una contribución con la sociedad. Y por último creando clústeres locales, hace referencia a las prácticas de asociatividad entre diversas empresas para fortalecer la cadena productiva de un sector económico, presenta similar comportamiento a las dos dimensiones anteriores. (pp. 38-41).

Como medir el valor compartido en la actualidad, En el diario responsable nos dan algunos tips que consideran importante para una mejor medición actual son los siguientes:

Se centra en medir las actividades e inversiones de la compañía que genera un cambio social y, a través de este, resultados para el negocio, nos indica que se tiene primero que identificar las problemáticas sociales abordar, segundo presentar una justificación del caso, tercero hacer un seguimiento a los avances y cuarto medir los resultados y usar conocimiento adquirido para generar valor (Fernandez García, 2014).

El concepto de Desarrollo sostenible Según Cayuela, Xercavins, Cervantes, y Assumptad (2005) se considera que su definición no es la única; sin embargo, es la más entendible el afirma que, “Desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (pág. 75).

Algunos modelos de desarrollo sostenible, son la triple cuenta de resultados, agrupa aspectos para evaluar desempeños sostenibles de una organización en las tres dimensiones. El modelo presión- estado- respuesta y sus variaciones, se centra en las relaciones causa-efecto considera que el impacto de las actividades humanas que ejerce presiones sobre el ambiente. El modelo del Centro Lowell para la producción sostenible, Propone este modelo para evaluar la sostenibilidad de la producción con un proceso continuo y evolutivo de fijación de objetivos y desempeños. Modelo ambiente- social- gobernanza, evalúa los riesgos, en la inversión responsable, en los reportes de responsabilidad empresarial y evalúa la sostenibilidad de los negocios y el modelo el Cubrix se basa en el enfoque de desarrollo en etapas descrito por Clare Gaves en modelo más actualizado en el área de gestión,

desempeño para los grupos de interés y desarrollo organizacional. (Bajo Sanjuán, Nicado García, Marrero Delagdo, & Plasencia Soler, 2018, págs. 65-68).

Las dimensiones de la sostenibilidad según Artaraz (2002), se divide en tres partes las dimensiones las cuales son:

Dimensión Económica, se puso en duda este modelo, que se consideraba un progreso y crecimiento en la población, sin embargo, se dan cuenta con la compatibilidad con la conservación del medio ambiente. Dimensión Social, se propone por la gestión y conflictos ambientales ya que se relacionan dando resultados positivos y la Dimensión ecológica, se propone tratando de imitar a la naturaleza y su importancia, teniendo en cuenta el reciclaje y los conflictos sociales que se viven. (pp. 2-4).

También después de varios estudios según Vaca, Ortega y Moreno (2018) define el enfoque sostenible del valor compartido en el que afirman que, “La conservación, el crecimiento y la calidad de vida, conllevan el compromiso y la responsabilidad de los actores económicos y sociales, se debe aceptar la coincidencia simbiótica del valor compartido y el desarrollo sostenible” (pág. 11).

A continuación, se presenta el diagnóstico del estudio de las variables que se investigan:

En la sociedad contemporánea se empezó a distinguir la importancia de la globalización acelerada que se da inicio desde el derrumbamiento soviético, sin embargo; se sabe que actualmente se vive en un mundo cambiante y competitivo, en donde el cambio, innovación, incertidumbre y dinamismo marcan las rutinas diarias en organizaciones y sociedades. Es por eso que las organizaciones tienen un rol importante, ya que; se enfocan

en grandes desafíos sociales, económicos y ambientales. De tal manera no basta con que las empresas cubran las necesidades de la sociedad, si no que utilicen diversos métodos, técnicas, herramientas e instrumentos que les permitan completar las necesidades sociales de forma nueva creando modelos de negocios innovadores, oportunidades y ventajas competitivas para generar una rentabilidad en las empresas y se mantenga en el transcurso del tiempo. Por lo cual se creó el valor compartido, para un resultado positivo en la economía de las empresas y que se contribuya con la sociedad teniendo una responsabilidad mancomunada y ambiental garantizando una sostenibilidad en las empresas. El objetivo de esta investigación es determinar la relación del valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L.

Por consiguiente, Es una empresa posicionada en el distrito de Bambamarca, dedicada al cuidado, seguridad del trabajador y medio ambiente, en el sector construcción. De acuerdo a ello el año 2020 entre enero y marzo se obtuvieron deficiencias en todas las empresas, pero si se enfocan en construcción tiene una variación negativa siendo este año el sector con más bajas de empresas, se asume que es por el conflicto actual, por lo cual es una oportunidad para la investigación lleve relación con las dos variables propuestas ya que ayudan a satisfacer las necesidades de una empresa con una nueva estrategia en el modelo de negocio actual con facilidad teniendo en cuenta el ámbito social, económico y ambiental que se introduce como una ventaja competitiva garantizando la sostenibilidad empresarial.

Finalmente, se presenta el pronóstico del estudio que pretende dar a conocer lo que se va a investigar:

La introducción del concepto de valor compartido para las empresas nace de la necesidad de dar solución a los conflictos ocasionados por las actividades de las empresas con la sociedad, como se demostró en investigaciones revisadas anteriormente. Es importante que las empresas empiecen a introducir el concepto de valor compartido a su gestión empresarial con el objetivo de mejorar la relación con la sociedad y al mismo tiempo mejorar sus ingresos.

Al implementar la estrategia de la creación de valor compartido se pretende demostrar si es que se puede lograr sostenibilidad empresarial a largo plazo, desarrollando también, oportunidades de mejora para la comunidad donde opera la empresa, a través de tres dimensiones del valor compartido: reconcebir productos y mercados, redefinir la productividad de la cadena de valor y construir clusters de apoyo para el sector.

La presente investigación permitirá determinar la relación existente entre el valor compartido y la sostenibilidad. La importancia de esta investigación radica de la necesidad de introducir en las empresas del rubro construcción de Cajamarca la nueva teoría de valor compartido que va más allá de responsabilidad social empresarial mejorando las condiciones socioeconómicas en las comunidades donde operan y al mismo tiempo aumentando el beneficio financiero de las empresas. Esta investigación beneficiará tanto a las empresas como a la sociedad; además, será útil porque va a permitir la evolución de las empresas generando mayor competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, la justificación vendría a ser social y económica, ya que en la primera se busca generar un impacto positivo en la sociedad con las actividades de la empresa y la segunda mejorar el beneficio económico de la empresa y de la comunidad.

## **1.2. Formulación del problema**

Problema general

¿Qué relación existe entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?

Problemas específicos

¿Qué relación existe entre reconcebir productos y mercados y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?

¿Qué relación existe entre redefinir la productividad en la cadena de valor y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?

¿Qué relación existe entre permitir el desarrollo de clúster y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

Determinar la relación entre reconcebir productos y mercados y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Determinar la relación entre redefinir la productividad en la cadena de valor y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Determinar la relación entre permitir el desarrollo de clúster y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.



## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis general**

Existe relación directa y significativa entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

### **1.4.2. Hipótesis específicas**

Existe relación directa y significativa entre reconcebir productos y mercados y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Existe relación directa y significativa entre redefinir la productividad en la cadena de valor y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Existe relación directa y significativa entre permitir el desarrollo de clúster y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

*Enfoque:*

Según Hernández, Fernández & Baptista, (1980) (Como se citó en Valenzuela, Montenegro, Valenzuela, & Alvarado, 2007), Señala que se considera investigación a un proceso aplicado en el método científico, se obtiene información relevante y fidedigna. A demás, que un estudio es básico cuando tiene como propósito producir conocimiento en un momento determinado (pág. 2).

Por consecuente, se considera a la información relevante, fidedigna y básica debido a que se busca aumentar y verificar objetivamente los conocimientos en cuanto a las dimensiones de las variables en estudio y la manera como se relacionan con el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, según la percepción de los mismos.

Según Fernández & Díaz, (2002) (Como se citó en Valenzuela, Montenegro, Valenzuela, & Alvarado, 2007), la investigación cuantitativa se refiere al planteamiento de un problema determinado, son muy potentes en términos de validez externa, es decir; con la muestra representativa de la población se encuentra una relación a dicha población a partir de una muestra con precisión y seguridad. (pág. 4).

La investigación se basa en un enfoque cualitativo, ya que se va a centrar en aspectos observables de las variables valor compartido y sostenibilidad, en donde se va a determinar la fuerza de correlación entre ambas variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra representativa que es una relación de la población.

*Nivel de Investigación:*

Según Hernández, Fernández & Baptista, (1980) (Como se citó en Valenzuela, Montenegro, Valenzuela, & Alvarado, 2007), la investigación correlacional tiene como, “El propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables en un contexto particular” (pág. 4).

La investigación se considera de nivel correlacional ya que tiene como finalidad determinar la relación entre ambas variables, las cuales son: Valor compartido y Sostenibilidad, se miden mediante la aplicación de técnicas estadísticas para la estimación correlacional.

*Diseño de Investigación:*

Se considera una investigación de diseño no experimental, según Hernández, Fernández & Baptista, (1980) (Como se citó en Valenzuela, Montenegro, Valenzuela, & Alvarado, 2007), indican que, “No se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador” (pág. 3).

La investigación se muestra un diseño no experimental, correlacional de acuerdo a que se mide el grado de relación que existe entre Valor Compartido y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

**Donde:**

**M:** Muestra de estudio.

**V1:** Valor compartido.

**V2:** Sostenibilidad.

**r:** Correlación

*Variables de Estudios:*

**Variable 1:** Valor compartido.

**Variable 2:** Sostenibilidad.

## 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

### Población y muestra

#### Población

Arias, Villasís & Miranda (2016), menciona que, la población es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que sirve de referencia para la elección de la muestra.

La población total está compuesta por 20 colaboradores, tanto hombres como mujeres, de la empresa 111 Consulting Group S.R.L., de la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

#### Distribución de la población

Nivel	Género	Cantidad
Estratégico	Masculino	2
Táctico	Masculino y Femenino	5
Operacional	Masculino	13
Total		20

#### Muestra

La muestra es un subconjunto de la unidad de estudio. Por lo que se tomó toda la población, que son 20 colaboradores tanto del género femenino como masculino, del nivel estratégico, táctico y operacional de la empresa 111 Consulting Group S.R.L., de

la ciudad de Cajamarca en el año 2020, es decir, todos los elementos que componen el conjunto de la población tienen la misma opción de conformar la muestra.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos:**

Las técnicas de recolección de datos son conjunto de procedimiento sistemático y metodológicos para recoger información objetiva y segura, con el fin de obtener resultados reales de los objetivos propuestos de alguna manera. Así mismo, para la presente investigación el instrumento que se utilizó fue una encuesta desarrollada.

Las encuestas son procedimientos que consisten diseñar preguntas con el fin de recolectar datos, A demás es una técnica muy usada ya que permite recabar información seleccionada a un grupo de personas de un tema determinado.

#### *Instrumentos de recolección de datos:*

Se utilizó como instrumentos cuestionarios desarrollados por autores con investigaciones ya realizadas que se enfocan a nuestras mismas variables como Porter de parte de valor compartido y Palacios de parte de la sostenibilidad. para obtener información más verídica de un grupo de personas.

Para la variable 1, que es valor compartido, se utilizaron preguntas relacionadas a las 3 dimensiones de las cuales se tienen 3 indicadores por cada una lo cual es 9 preguntas por esta primera validada en anteriores estudios de Porter, M, (2012).

Por consiguiente, para la variable 2, que es Sostenibilidad, se utilizó 3 dimensiones, se utilizaron preguntas relacionadas a las 3 dimensiones de las cuales se

tienen 3 indicadores por cada una lo cual es 9 preguntas por esta primera validada en anteriores estudios de Palacio G, (2016).

*Análisis de Datos:*

El procesamiento de datos se realizó mediante análisis de las preguntas de la información se recaudó de información ya desarrollada la cual nos indicará si es aceptada y confiable para un buen resultado

*Aspectos éticos:*

Las autoras de la presente investigación titulada “Relación entre valor compartido y sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L., Cajamarca, 2020”, se comprometieron a respetar la veracidad de los resultados que se han realizado, la seguridad y confiabilidad de los datos obtenidos por la empresa 111 Consulting Group, que se han obtenido mediante encuestas desarrolladas y viables para un buen estudio.

### **CAPÍTULO III. MATRIZ DE CONSISTENCIA Y CROGRAMA**

Matriz de Consistencia:

TÍTULO: “RELACIÓN ENTRE VALOR COMPARTIDO Y SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA 111 CONSULTING GROUP SRL, CAJAMARCA, 2020”

Formulación de problema	Objetivos	Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
¿Qué relación existe entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?	Determinar la relación entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	Determinar la relación entre reconcebir productos y mercados y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	SOSTENIBILIDAD	SOCIAL	Índice de seguridad y salud en el trabajo	ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS
					Impacto en la comunidad	
					Seguridad en los clientes	
		ECONOMICO		Ratios de rentabilidad		
				Índice de productividad		
				Margen neto de utilidad		
	AMBIENTAL	Porcentaje de residuos no peligrosos que fueron tratados por la empresa.				
		Estándares de calidad				
		VALOR COMPARTIDO	Determinar la relación entre redefinir la productividad en la cadena de valor y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	RECONCEBIR LOS PRODUCTOS Y MERCADOS	Porcentaje de empresas que diseñan programas sociales o ambientales.	
	Porcentaje de ingresos anuales					
	Porcentaje de la cuota de mercado.					
	REDEFINIR LA PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE VALOR		Ratios de rentabilidad			
Estándares de calidad						
Índice de productividad						
PERMITIR EL DESARROLLO DE CLUSTER	Índice de impacto en el entorno social.					
	Porcentaje de programas de capacitaciones a los grupos de intereses.					
	Porcentaje de costo por unidad de producción					
Determinar la relación entre permitir el desarrollo de clúster y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	ENCUESTAS, CUESTIONARIOS Y ENTREVISTAS					



Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Sostenibilidad	La sostenibilidad está fundamentada en la solidaridad, por la cual las generaciones presentes satisfacen sus necesidades, sin comprometer las necesidades futuras (Riesta, 2018)	Social	Índice de seguridad y salud en el trabajo	Encuestas y cuestionarios
			Impacto en la comunidad	
			Seguridad en los clientes	
		Económico	Ratios de rentabilidad	
			Índice de productividad	
			Margen neto de utilidad	
		Ambiental	Porcentaje de residuos no peligrosos que fueron tratados por la empresa.	
Estándares de calidad				
Valor compartido	El principio del valor compartido, involucra crear valor económico que a la vez cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos. Las empresas deben vincular su éxito de negocios con el progreso social (Porter & Kramer, 2011).	Reconocer los productos y mercados	Porcentaje de empresas que diseñan programas sociales o ambientales.	Encuestas, cuestionarios y entrevistas
			Porcentaje de ingresos anuales	
			Porcentaje de la cuota de mercado.	
		Redefinir la productividad en la cadena de valor	Ratios de rentabilidad	
			Estándares de calidad	
			Índice de productividad	
		Permitir el desarrollo de clúster	Índice de impacto en el entorno social.	
			Porcentaje de programas de capacitaciones a los grupos de intereses.	
			Porcentaje de costo por unidad de producción	

Diagrama de actividades

N	Actividades	semanas															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Búsqueda de estudios primarios sobre las variables	■															
2	Elaboración del problema de investigación de la revisión sistemática		■														
3	Desarrollo de la Introducción y metodología			■	■												
4	Presentación del T1				■												
5	Análisis de datos de la investigación					■											
6	Elaboración de resultados, discusión, conclusiones y resumen						■	■									
7	Presentación de la Revisión Sistemática (T2)							■									
8	Redacción y revisión del manuscrito teórica. Investigación empírica y estructura IMRYD								■								
9	Problema de investigación de estudios empíricos									■							
10	Planteamiento de las preguntas, objetivos e hipótesis										■						
11	Diseño metodológico de un estudio empírico											■	■				
12	Presentación del T3												■				
13	Elaboración de materiales e instrumentos													■			
14	Redacción de la sección método														■		
15	Elaboración de la matriz de consistencia y operacionalización de variables															■	■
16	Presentación final de la revisión sistemática e Investigación empírica																■

## REFERENCIAS

- Alvarez, S. Z., De Lama, R. D., & Rojas, G. J. (2017). Valor Compartido en la Industria de Producción de Cemento en el Perú. *Pontifica Universidad Católica del Perú*, 1-151. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8811/ALVAREZ\\_DELA\\_MA\\_VALOR\\_CEMENTO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8811/ALVAREZ_DELA_MA_VALOR_CEMENTO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Arias, G. J., Villasís, K. M., & Miranda, N. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población del estudio. *Revista Alergia México*, 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Artaraz, M. (Septiembre - diciembre de 2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Revista de Ecología y medio ambiente*. Obtenido de <https://revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/viewFile/614/580>
- Bajo Sanjuán, A., Nicado García, M., Marrero Delgado, F., & Plasencia Soler, J. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales Journal of Management and Economics for Iberoamerica*, 34(146), 63-73. doi:<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Carrillo, M. P., & Saltos, Z. M. (2019). Estrategia de Valor Compartido para las PYME Dedicadas a Confecciones de Ropa, en Guayaquil, años 2017 - 2018. *Universidad de Guayaquil*, 1-84. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42618/1/TESIS%20CARRILLO%20CARRILLO%20PAOLA%20-%20SALTOS%20ZAMBRANO%20ROSA.pdf>
- Cayuela, D., Xercavins, J., Cervantes, G., & Assumptad, S. (2005). *Desarrollo Sostenible*. Barcelona: Edicions UPC. Obtenido de [https://www.e-buc.com/portades/9788498800715\\_L33\\_23.pdf](https://www.e-buc.com/portades/9788498800715_L33_23.pdf)
- Chumbes Huertas, L., & Cáceres Marengo, F. (2020). *Demografía Empresarial en el Perú, [INEI]*. Instituto nacional de Estadística e Informática. Lima: Directorio central de Empresas y Establecimientos. Obtenido de [http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_demografia\\_empresarial\\_2.pdf](http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_2.pdf)
- Daza Corredor, A., Sánchez Otero, M., & Bernal Payares, O. (2019). *Creación de valor compartido en organizaciones cooperativas de la región del Caribe Colombia* (Primera ed.). Santa Marta, Colombia: Unimagdalena. doi:10.21676/9789587462388
- Díaz Cáceres, N. (Julio- Diciembre de 2015). La creación de valor compartido: Estrategia de sostenibilidad y Desarrollo empresarial. *Cultura latinoamérica*, 22(2). Obtenido de [file:///C:/Users/ERICA/Downloads/1629-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6934-1-10-20171017%20\(17\).pdf](file:///C:/Users/ERICA/Downloads/1629-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6934-1-10-20171017%20(17).pdf)
- Fernandez García, R. (09 de Enero de 2014). El valor compartido, una evolución de la RSE. *El diario responsable*. Obtenido de <https://diarioresponsable.com/opinion/17011-el-valor-compartido-una-evolucion-de-la-rse>
- Franklin, E. B. (2007). *Auditoría administrativa, Gestión estratégica del cambio* (Segunda ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de <https://cuqjonline.com/biblioteca/files/original/1a85f884ea1f890592bdd5f941f5b715.pdf>
- Gomez, A. D., Hernandez, C. W., Hernandez, G. R., & Méndez, G. S. (18 de 07 de 2017). Diagnóstico del Concepto de Valor Compartid en el sector de la construcción de vivienda en Colombia. *PUCP*, 153. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9089/GOMEZ\\_HERNANDEZ\\_DIAGNOSTICO\\_VIVIENDA\\_COLOMBIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9089/GOMEZ_HERNANDEZ_DIAGNOSTICO_VIVIENDA_COLOMBIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Letmathe, P. B. (2008). Nestlé- Informe Creación de valor compartido. *Public Affair.*, 1-56. Obtenido de <https://empresa.nestle.es/sites/g/files/pydnoa431/files/es/libreria-documentos/documents/publicaciones/informe-cvc-2008.pdf>

- Marceliano, G. M. (2018). Valor compartido en Compañía Minera Poderosa S.A. *PUCP*. Obtenido de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUNI\\_721d499f72be934159b7e4c74b638e7f](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUNI_721d499f72be934159b7e4c74b638e7f)
- Melamed, E., Blanco, A., & Rodriguez, G. (30 de septiembre de 2018). Creación de valor compartido: Estado y contribuciones a la sostenibilidad corporativa. *Revista EAN(85)*, 37-56. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2047>
- Osco, V. M., Yépez, G. J., Reyes, H. Y., & Berrospi, M. E. (2017). Valor Compartido en el Sector Construcción Civil. *Pontificia Universidad Católica del Perú*, 1-11. Obtenido de file:///C:/Users/FANNY%20QUILICHE/Documents/antecedente%20TT1.pdf
- Palacio Giraldo, J. P. (2016). Factores de gestión para la sostenibilidad empresarial en las pequeñas y medianas empresas del sector industrial. *Informe Final Tesis de gestión para la sostenibilidad empresarial*.
- Polanco, J., Ramirez, F., & Orozco, M. (11 de Mayo de 2016). Incidencia de los estándares internacionales en la sostenibilidad corporativa. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 181-192. doi:<https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.05.002>
- Porter, M. (2012). Midiendo el Valor compartidos como genera valor relacionando los resultados sociales de negocio. *Harvard Business Review*. Obtenido de [http://accionempresas.cl/wp-content/uploads/2017/08/2312013445\\_Midiendo\\_el\\_Valor\\_Compartido\\_Julio2013.pdf?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=8d0c65d8d3d43cc012acb008144809222bf37898-1592761338-0-AYWTWnH22y4Z0Jsjlwht11wXJDrBxGxk5qplyy3e-XsIIRTgP0X6ErWjJXETiii2WzMvijUyph](http://accionempresas.cl/wp-content/uploads/2017/08/2312013445_Midiendo_el_Valor_Compartido_Julio2013.pdf?__cf_chl_jschl_tk__=8d0c65d8d3d43cc012acb008144809222bf37898-1592761338-0-AYWTWnH22y4Z0Jsjlwht11wXJDrBxGxk5qplyy3e-XsIIRTgP0X6ErWjJXETiii2WzMvijUyph)
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). La creación del valor compartido. *Harvard Business Review*, 1-18. Obtenido de <http://www.iarse.org/uploads/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). La creación del valor compartido. *harvard business review america latina*, 5-18. Obtenido de <http://www.iarse.org/uploads/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>
- Riesta, L. (2018). Las dimensiones del desarrollo sostenible como paradigma para la construcción de las políticas públicas en Venezuela. *Revista de la Facultad de Ingeniería*, 24-33.
- Ríos, M. E. (2001). *Análisis cognitivo- axiológico del discurso publicitario en la prensa económico-empresarial en la lengua inglesa*. (Vol. 81). Colombia: Universidad de Almería. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=9urwCwAAQBAJ&pg=PA90&lpg=PA90&dq=analisis+cognitivo-+axiologico+del+concurso+publicitario+rios&source=bl&ots=bEoCtumY8y&sig=ACfU3U0y9lsNdq5H7RVrarSmp0fyNq-rTQ&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewiwprc157qAhU-J7kGHdnzApAQ6AEwAHo>
- Salas, P. M. (2017). Negocio Inclusivo: Un modelo empresarial innovador, competitivo y sostenible. *Innova G - Gestión Social(1)*, 45- 48. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18765/19005>
- Sanchis, P. J., & Campos, C. V. (Diciembre de 2019). El modelo de la economía del bien común: aproximación desde el enfoque organizativo y el análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, 440-450. doi:10.18046/j.estger.2019.153.3361
- Torres, V. W. (2019). Servicios Mineros del SUD Sociedad Anónima y la Creación del Valor Compartido. *UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR*, 1-123. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1014/2/2019-036T-EC01.pdf>
- Vaca, S., Ortega, Y., & Moreno, K. (Enero - Diciembre de 2018). Valor compartido sostenible: Un enfoque multidimensional para la gestión estratégica de la empresa. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 17. doi:<https://doi.org/10.33789/enlace.17.42>
- Valenzuela, p., Montenegro, V., Valenzuela, L., & Alvarado, S. (02 de 04 de 2007). Tipos de Investigaciones en las ciencias Sociales. *Logos Psykhe*. Obtenido de <http://logos.psykhe.org/2007/04/tipos-de-investigaciones-en-las.html#comment-form>

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Mg. Karen Tatiana Dávila García , docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo del proyecto de investigación del(os) estudiante(s):

- Ruiz Villena, Erica Jhoana
- Quiliche Vásquez, Fanny Jhysenia

Por cuanto, **CONSIDERA** que el proyecto de investigación titulado: “RELACIÓN ENTRE VALOR COMPARTIDO Y SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA 111 CONSULTING GROUP SRL, CAJAMARCA, 2020” para aspirar al título profesional por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.

---

Ing. /Lic./Mg./Dr. Nombre y Apellidos

Asesor