

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y
SOCIALES

Escuela Profesional de Contabilidad



TESIS

“Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora

Consortio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021”

Presentado por:

Bach. SAIRE MARCA, CORALY YESENIA

Bach. CARLOS MAMANI, VASTI LUZ

Para optar el título profesional de:

CONTADOR PÚBLICO

Cusco - Cusco - Perú

2023

Tesis:

“Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora
Consortio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, Periodo 2021”

Línea de Investigación:

Contabilidad pública, privada y negocios

Asesor (a):

Dra. Shanda Ugarte Molina



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“VALOR COMPARTIDO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA EN LA
EMPRESA CONSTRUCTORA CONSORCIO MECANO SAC DE LA CIUDAD
DE CUSCO, PERIODO 2021”**

Presentado por las Bach. **SAIRE MARCA CORALY YESENIA**; Bach. **CARLOS
MAMANI VASTI LUZ**, para optar el título profesional de: **CONTADOR PUBLICO**

Sustentado y aprobado el 04 de septiembre del 2023 ante el jurado:

Presidente : Mag. Patricia Esther Lezama Cusihuallpa

Primer miembro : Mag. Rodolfo Jesus Cusihuaman Andrade

Segundo miembro : Mag. Gail Cliff Nahuamel Delgado

Asesora : Dra. Shanda Ugarte Molina

Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Tecnológica de los Andes Trabajo del estudiante	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Nacional Autónoma de Chota Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.utea.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uaustral.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Andina del Cusco	

DEDICATORIA

Dedico este primer trabajo de investigación a Dios todo poderoso, por darme la sabiduría e iluminación y por permitirme llegar hasta este momento importante en mi formación profesional.

A mis padres Washington y Justina por darme la vida, brindarme su apoyo, valores, consejos, y motivación constante para ser una profesional de éxito y por estar presente en todo momento y darme su amor infinito gracias a su esfuerzo se hizo posible este logro.

A mi novio Jhon que a pesar de todas las dificultades nunca dejo de creer en mí y de apoyarme en todo momento.

A mis hermanos Danna y Goerge por estar presentes en mi vida y estar en cada momento conmigo.

A mi asesora Dra. Shanda por acompañarnos en cada momento de la tesis por sus palabras de motivación y no dejarnos solas.

Coraly Yesenia Saire Marca

DEDICATORIA

A Dios por permitirme lograr mis metas, por acompañarme en cada momento de mi vida por darme sabiduría para tomar buenas decisiones en este ciclo profesional.

A mi papá Máximo y mi madre Cirila por estar siempre presentes, por brindarme todo su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida sobre todo por estar en los momentos difíciles.

A mis hijos Liam y Mia por ser la razón de superarme como profesional por enseñarme a levantarme en cada caída y por su amor infinito e incondicional en este camino.

A mi hermana Angie por su apoyo y compañía con mis hijos y a mi amiga Corita que nunca se dio por vencida conmigo por insistir siempre en todo momento.

Vasti Luz Carlos Mamani

AGRADECIMIENTO

A nuestro centro de estudios Universidad Tecnológica de los Andes, Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales, Escuela Profesional de Contabilidad por regalarnos el momento de realizarnos como profesionales.

Doctora Shanda Ugarte Molina, quien de forma total nos ofreció su saber en el desarrollo de nuestra tesis.

A los Docentes de la Universidad Tecnológica de los Andes - Filial Cusco, por guiarnos, orientarnos y compartirnos sus experiencias en nuestro crecimiento profesional.

La empresa Consorcio Mecano SAC, en representación del Gerente General Ing. Freddy Cáceres Yábar, por permitirnos acceder a la información real para el desarrollo de la presente investigación.

Eterna gratitud a nuestras familias por ser el pilar espiritual, moral, y por los valores enseñados, que nos posibilitaron llegar a finalizar nuestros estudios.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
POS PORTADA	ii
PAGINA DE JURADOS.....	iii
PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	iv
DEDICATORIA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
CAPITULO I	1
PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Identificación y formulación de problema.....	4
1.2.1 Problema general.....	4
1.2.2 Problemas específicos	4
1.3 Justificación	4
1.3.1 Justificación Teórica.....	4
1.3.2 Justificación práctica	5
1.3.3 Justificación metodológica	5
1.3.4 Justificación social	5
1.4 Objetivos de la investigación.....	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2 Objetivos específicos	6
1.5 Delimitación de la investigación	6
1.5.1 Espacial	6
1.5.2 Temporal.....	6
1.5.3 Social.....	6
1.5.4 Conceptual.....	6
1.6 Viabilidad de la investigación	7
1.6.1 Económica.....	7
1.6.2 Social.....	7
1.6.3 Técnica	7

1.7	Limitaciones de la investigación	7
	CAPITULO II	8
	MARCO TEÓRICO.....	8
2.1	Antecedentes de investigación.....	8
2.1.1	A nivel internacional	8
2.1.2	A nivel nacional	12
2.1.3	A nivel regional y local.....	16
2.2	Bases teóricas.....	16
2.2.1	Valor compartido	16
2.3	Marco conceptual.....	28
2.3.1	Reducción de costos	28
2.3.2	Inversión	29
2.3.3	Utilidad	29
2.3.4	Financiamiento.....	29
2.3.5	Ingresos	29
2.3.6	Rentabilidad	30
2.3.7	Clientes	30
2.3.8	Proveedores.....	30
2.3.9	Sociedad	31
2.3.10	Medio ambiente.....	31
2.3.11	Normas ambientales.....	31
2.3.12	Responsabilidad ambiental.....	33
2.3.13	Eficacia y eficiencia	33
2.3.14	Grupos de interés / stakeholders	34
2.3.15	Organización	34
2.3.16	Sector construcción	34
	CAPITULO III	36
	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	36
3.1	Hipótesis	36
3.2	Método	36
3.3	Tipo de investigación.....	37
3.4	Nivel o alcance de investigación	37
3.5	Diseño de la Investigación	37
3.6	Operacionalización de variable	38
3.7	Población, muestra y muestreo	39
3.7.1	Población	39
3.7.2	Muestra	39

3.8	Técnicas e instrumentos	39
3.8.1	Técnicas.....	39
3.8.2	Instrumentos	39
3.9	Consideraciones éticas	40
3.10	Procedimiento estadístico	40
CAPITULO IV.....		41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		41
4.1	Resultados	41
4.1.1	Variable Valor compartido:	41
4.1.2	Dimensión Económica.....	42
4.1.3	Dimensión Social	46
4.1.4	Dimensión Ambiental	49
4.2	Discusión de resultados	51
CONCLUSIONES		57
RECOMENDACIONES		60
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS		61
Recursos.....		61
Cronograma de actividades.....		61
Presupuesto		62
Financiamiento.....		63
BIBLIOGRAFÍA		64
ANEXOS		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 01: Matriz de consistencia.....		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 02 Matriz de operacionalización de variable.....		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 03: Instrumento de recolección de datos cuestionario		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 04: Instrumento de ficha de recolección de datos		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 05: Validación de expertos		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 06: Estados Financieros		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 07: Elaboración de los Estados Financieros		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 08: Base de datos del Cuestionario		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 09: Panel Fotográfico		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 10: Consentimiento y asentimiento informado		¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de variables</i>	38
Tabla 2 <i>Resultados de la frecuencia de la Dimensión Económica</i>	42
Tabla 3 <i>Resultados sobre la utilidad en soles</i>	45
Tabla 4 <i>Resultados de la frecuencia de la Dimensión Social</i>	46
Tabla 5 <i>Resultados de la frecuencia de la Dimensión Ambiental</i>	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Asiento contable de la provisión</i>	23
Figura 2 <i>Calculo de la rentabilidad</i>	30
Figura 3 <i>Resultados de la frecuencia de la Dimensión Económica</i>	43
Figura 4 <i>Resultados sobre la utilidad en soles</i>	45
Figura 5 <i>Resultados de la frecuencia de la Dimensión Social</i>	47
Figura 6 <i>Resultados de la frecuencia de la Dimensión Ambiental</i>	50

RESUMEN

El trabajo de investigación denominado “Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021”, presento como objetivo general “Describir el valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021”.

El tipo de investigación es básica, de método deductivo, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, la población estuvo constituida por el personal de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC se empleó las técnicas de encuesta y análisis documental mediante los instrumentos del cuestionario y la ficha de recolección de datos y para el procesamiento de datos se utilizó la hoja de cálculo (Excel).

Una vez concluido los procedimientos estadísticos se llegó a la conclusión de que valor compartido es una estrategia fundamental para la empresa siempre y cuando se tome en cuenta los tres aspectos económico, social y ambiental y así mismo también figuren en los estados financieros para poder obtener beneficios en conjunto sociedad, empresa y ambiente.

Palabras claves: valor compartido, utilidad, rentabilidad, competitividad, organización.

ABSTRACT

The research work called “Shared value as a competitive strategy in the construction company Consorcio Mecano SAC of the city of Cusco, period 2021”, presents as a general objective “Describe shared value as a competitive strategy in the construction company Consorcio Mecano SAC of the city of Cusco, period 2021”.

The type of research is basic, with a deductive method, quantitative approach, non-experimental and cross-sectional design, the population was made up of the personnel of the construction company Consorcio Mecano SAC, survey techniques and documentary analysis were used using the questionnaire instruments. and the data collection form and the spreadsheet (Excel) was used for data processing.

Once the statistical procedures were completed, it was concluded that shared value is a fundamental strategy for the company if the three economic, social, and environmental aspects are considered and appear in the financial statements to obtain benefits. together society, company, and environment.

Keywords: shared value, utility, profitability, competitiveness, organization.

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de esta investigación es describir el valor compartido como estrategia competitiva. Para lograr este objetivo, la investigación toma como metodología el estudio de caso la empresa constructora Consorcio Mecano SAC, del periodo 2021, la investigación se compone de 4 capítulos:

El primer capítulo muestra la realidad problemática en razón a ello se formuló el problema general y los problemas específicos, asimismo los objetivos, justificación, delimitación, viabilidad y eventuales limitaciones.

El segundo capítulo consta del marco teórico donde se señala los antecedentes de la investigación a nivel nacional e internacional, con el objetivo de apoyar los resultados obtenidos. También se muestran las bases teóricas donde se definen a cada uno de los componentes de estudio; por último, se complementa con el marco conceptual donde se definen a cada uno de los indicadores de la investigación.

El tercer capítulo, se abordó la metodología de la investigación, se determina el enfoque, tipo, nivel, método y diseño de la investigación, además la determinación de la población de estudio, la muestra y el método de análisis que se utilizó para alcanzar los resultados.

El cuarto capítulo presenta la descripción del estudio, unidades de análisis, el procesamiento estadístico de los datos y la discusión de los resultados, donde se presenta de forma resumida los hallazgos obtenidos.

También comprende las conclusiones, recomendaciones a las que ha llegado el trabajo de investigación, asimismo las referencias bibliográficas.

Por último, se muestra a los anexos que corrobora al trabajo de investigación (matriz de consistencia, matriz operacional, validación de instrumentos, base de datos, panel fotográfico y documentos de autorización).

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad problemática

Díaz & Castaño (2013): El principal objetivo de las organizaciones es prestar bienes y servicios a la sociedad con el fin de generar ingresos y crecer dentro del mercado. A su vez tienen el compromiso social de responder a las necesidades e intereses de las comunidades creando oportunidades en base a modelos de negocios innovadores que apacigüen las demandas sociales en paralelo con el crecimiento de ganancias de las organizaciones. En base a ello el valor compartido se convierte en una herramienta de índole social, económico y ambiental porque puede hacer de una empresa un caso de éxito ya que adopta responsabilidades en favor de la población paralelamente con la generación de sus ganancias. (p. 83)

Lizarazo & Domínguez (2018): Aún existen empresas que consideran débilmente dentro de sus políticas la concepción de valor compartido. Existiendo países en Latinoamérica donde se puede evidenciar esta problemática, como por ejemplo la ciudad de Buenaventura, Bogotá-Colombia, existen empresas tanto públicas

como privadas que no aplican políticas relacionadas al valor compartido, generando consecuencias negativas para la región, disminuyendo beneficios sociales y propiciando la no fiscalización de la reparación de necesidades básicas indispensable para promover el desarrollo social de comunidades aledañas a dichas empresas. (p. 17)

Díaz & Castaño (2013): Por otro lado, existen empresas que ya han elaborado políticas en favor de implementar el valor compartido en su modelo empresarial, dichas empresas se han dado cuenta que mantener políticas como la reducción de los beneficios, un claro ejemplo es la cobertura de seguridad social que sale más costoso que pagar por cubrir ese derecho laboral. (p. 83)

Díaz & Castaño (2013): Prueba de esto es el caso de la compañía Johnson & Johnson, quienes ayudaron a los colaboradores a desistir la práctica de fumar e implementaron diferentes proyectos de satisfacción, con esto la empresa logró ahorrar un aproximado de US\$250 millones en atención a la salud de sus colaboradores, con ello se resalta que puede lograrse el equilibrio entre el desarrollo empresarial con el bienestar social. (p. 93)

Sánchez & Rodríguez (2019): Otro caso significativo de implementación del valor compartido a nivel empresarial es el caso de Nescafé, quienes promovieron el desarrollo rural ejecutando labores agrarias en favor de regiones: Costa de Marfil, China, Ghana, Indonesia, Vietnam y Colombia.

(p. 14)

Gutierrez & Amador (2015): A nivel nacional, la implementación de políticas relacionadas al valor compartido en las empresas aún no se ha dado de manera constante, es más se percibe una implementación forzada por las exigencias de empresas multinacionales con mejor rendimiento en sus estándares a pesar de

que el Perú sigue siendo un país de impulso económico, ejemplo de ello es el incremento en los índices en diferentes sectores como el de construcción, el cual representa el 5.2% del PBI del Perú. El concepto de valor compartido en Perú no es relevante ya que un grupo de propietarios de las empresas no diferencia con luminosidad el costo-beneficio que puede traer consigo la implementación de dichas políticas. (pp. 14-15)

Alicorp (2019): También se conoce el caso Alicorp, quienes han ido creciendo exponencialmente, implementando soluciones, mejorando su cadena de valor y su oferta. Lograron implementar negocios de molienda y materia prima, trabajando de la mano con los agricultores de soya y girasol, convirtiéndolos en aliados, expandiéndose y a su vez elevando la productividad de dichos agricultores, con ello desarrollaron valor compartido en su organización. (p. 24)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021): La presente investigación se enfoca en el sector construcción, ya que es considerada una de las labores económicas con un registro de mayor movimiento de empresas en el Perú (2,8%), después del sector agrícola, ganadera y silvicultura (3,8%), comercio al por mayor (3,7%), transporte y almacenamiento, venta y arreglo de vehículos (2,9% cada uno). (p. 4)

En la ciudad de Cusco no ha sobresalido la política de valor compartido, ya que se observa que económicamente no hay una consideración extraordinaria por el talento humano. Además, la labor social de estas organizaciones no ha tenido renombre, en el aspecto ambiental no se da un buen tratamiento a los desechos de construcción, visible para toda la comunidad, concluyendo que existe debilidad en el tratamiento de las provisiones contables respecto al valor compartido.

La alta competencia en el mercado empresarial del rubro de construcción en la ciudad de Cusco como es la empresa Consorcio Mecano SAC y los ajustados márgenes de beneficios hacen que la política empresarial de valor compartido sea una estrategia competitiva esencial para incrementar los beneficios económicos, sociales y ambientales que se reflejaran en los Estados Financieros, convirtiéndose así en un factor beneficioso para alcanzar el éxito de la empresa a un largo plazo, aumentando su rentabilidad.

1.2 Identificación y formulación de problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera el valor compartido se determina como una estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo es el aspecto económico en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?
- ¿Cómo es el aspecto social en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?
- ¿Cómo es el aspecto ambiental en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación Teórica

Se sustentará en bases teóricas que permitan el desarrollo de la variable y sus respectivas dimensiones, respecto a valor compartido. Así mismo, a través de esta estrategia, se involucra directa o indirectamente a la comunidad cusqueña por los

ingresos recaudados y el crecimiento económico que produce la empresa constructora Consorcio Mecano SAC.

1.3.2 Justificación práctica

Esto permitirá que los resultados obtenidos de valor compartido puedan servir de aporte para la enseñanza y sirvan como fuente de consulta para posteriores investigaciones, porque da a conocer la importancia del valor compartido aplicado al aspecto económico, social y ambiental que involucra a la contabilidad, generando sostenibilidad en la empresa en estudio y a su vez en la sociedad.

1.3.3 Justificación metodológica

La presente investigación busca describir al valor compartido en el cual la aplicación será a la empresa constructora Consorcio Mecano SAC por medio de la técnica de encuesta a trabajadores y análisis documental, ayudando a formular instrumentos de investigación como es el cuestionario y la ficha de recolección de datos.

1.3.4 Justificación social

La presente investigación busca describir como el valor compartido va a fortalecer el crecimiento sostenible de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco sin descuidar el trinomio empresa-sociedad-ambiente, ya que al practicar el valor compartido generan licencia social frente a la comunidad y a su vez permiten el desarrollo y posicionamiento estratégico de la empresa y el incremento en la rentabilidad.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Describir el valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021.

1.4.2 Objetivos específicos

- Describir el aspecto económico de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021.
- Describir el aspecto social de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021.
- Describir el aspecto ambiental de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Espacial

La delimitación espacial se realizará en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC., ubicada en el distrito de Wanchaq de la ciudad de Cusco.

1.5.2 Temporal

El trabajo de investigación abarca el año 2021 respecto del cual se recopilará la información.

1.5.3 Social

La presente investigación estará dirigida a los colaboradores que conforman la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco.

1.5.4 Conceptual

La presente investigación tomara en cuenta los conceptos importantes de valor compartido, así como las normativas respecto a la regulación de los residuos sólidos y el control de estos.

1.6 Viabilidad de la investigación

1.6.1 Económica

Respecto a la viabilidad económica se cuenta con los recursos financieros y humanos. Además, se tiene acceso a información secundaria para la elaboración del trabajo de investigación.

1.6.2 Social

La viabilidad social de la investigación es porque se tiene acceso a la información de la empresa Consorcio Mecano SAC en estudio y disponibilidad de tiempo.

1.6.3 Técnica

Contamos con las herramientas debidas para la ejecución de recopilación, estudio y procesamiento de datos para el desarrollo de la investigación.

1.7 Limitaciones de la investigación

Al momento que se realizó la investigación se presentaron algunos inconvenientes como es el acceso a la información respecto a valor compartido en el ámbito local o regional.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de investigación

2.1.1 A nivel internacional

Basto y Farfán (2020), en su tesis de investigación titulada *“El aporte de la Contabilidad Social en la Creación del Valor Compartido en las Organizaciones”*, para la obtención de grado de licenciado en contabilidad de la Universidad Piloto de Colombia, donde se planteó como objetivo examinar y plantear tareas que deban emplearse desde la posición de la contabilidad social para consolidar el desarrollo de la Creación de Valor Compartido (CVC) en las organizaciones. El método empleado en esta investigación es de enfoque cualitativo, de estudio descriptivo.

Se concluye con la investigación que la sugerencia establecida propone que la contabilidad social y valor compartido pongan en práctica tareas que les posibilite sensibilizar a todo el grupo de colaboradores sobre el interés de amparar el crecimiento, desarrollo social, y de aprovechar de manera eficaz los recursos

naturales, aminorando la destrucción que se pueda ocasionar al medio ambiente y así poder recibir una buena apreciación por parte de la sociedad.

Esta investigación es provechosa para nuestro trabajo de investigación porque presenta tareas que puedan aplicarse desde la perspectiva de la contabilidad social con el fin de enriquecer el crecimiento de valor compartido en las empresas. Méndez & Gomez (2017), en su investigación del artículo científico titulado *“Factores incidentes para crear valor compartido en las Mi Pymes de Bogotá”*, se propuso como objetivo identificar que la motivación es el factor que se asocia significativamente con la creación de valor compartido.

Se determinó como conclusión que los éxitos alcanzados del instrumento de valor compartido en las organizaciones de Bogotá y la región son por los seis elementos examinados (ámbito, reconcepción de mercados, artículos, cadena de valor, distribuidores, motivación y dimensión), razón por la cual recae de forma decisiva para que las organizaciones creen valor compartido.

La investigación es útil para nuestro proyecto de tesis porque nos permite observar que es necesario conocer los 6 factores analizados para poder aplicar valor compartido, así como la creación de programas en relación con la sociedad y el ambiente, que no es necesario la utilización de grandes recursos para poner en práctica esta herramienta sin hacer distinción a las pequeñas, medianas y grandes organizaciones.

Ahumada (2020), en su investigación de tesis titulada *“Análisis comparativo del impacto del modelo de valor compartido en empresas colombianas”* para obtener el grado de licenciado en administración de la Universidad Cooperativa de Colombia, se planteó como fin determinar la influencia de estructura de valor compartido en dos empresas de los sectores industriales de construcción y

alimentos. El método de estudio cualitativo de tipo descriptivo, diseño de estudio experimental, la población empresas del sector de construcción y de alimentos en la ciudad de Bogotá y la muestra son las empresas constructoras, así mismo la técnica empleada es de tipo documental.

Concluyendo que las empresas se posicionan competitivamente al aplicar valor compartido con el cual promueve mayor empleo, así como el incremento de sus ganancias.

Esta información efectuada es favorable para nuestra investigación porque nos ayuda a conocer que la aplicación correcta de valor compartido hace que las organizaciones sean más pujantes con respecto a otras lo que favorece la rentabilidad y a su vez genera bienestar económico, social y medio ambiental.

Bravo, Cobacango, Cuétara & García (2019), en su investigación del artículo "*Perspectiva del valor compartido en la cadena global de valor del café en Manabí*", formuló como objetivo explicar el programa de incorporación de la cadena de valor compartido acorde con los elementos de la cadena de producción de café, permitiendo alcanzar la interacción entre los resultados económicos de la organización empresarial con los efectos sociales que logra visualizar el confort y condición de vida de los habitantes en las regiones rurales de Manabí.

Concluyendo este análisis, que la proposición del guion de la incorporación del valor del café desde la perspectiva de valor compartido establece un instrumento de índole metodológico, adjudicarle al ambiente de la producción cafetalera como una diferente forma de conexión productiva logrando el crecimiento, novedad y desarrollo de los campos cafetaleros así también la incorporación de tecnología para la elaboración y recolección para con ello lograr precios justos y posición relevante en los supermercados.

El artículo contribuye los puntos a considerar para nuestra investigación, porque nos permite identificar el autoanálisis de los caficultores sobre la aplicación de valor compartido con ello la obtención de los resultados económicos y socio ambientales logrados.

Monge & Allamand (2016), en su artículo titulado *“Innovación social y valor compartido: el cambio de paradigma de la intervención social empresarial”*, manifestó como objetivo conocer el planteamiento de participación social valorando herramientas distintas al tradicional modelo de compromiso social.

Llegando a la conclusión que las organizaciones y la colectividad no deben rivalizar, ya que esto ocasionaría desenlaces fatales para los interesados, por otra parte las organizaciones no deberían incluir un modelo asistencialista si no optar por una nueva política de valor compartido y la Innovación Social, cabe recalcar que las actividades de la colectividad es plantear a las organizaciones elaborar planes en conjunto, y dejar de ser solo captadores de generosidad, lo que hace uno provocara efectos en el otro y viceversa, por lo que la alternativa a las diferencias sociales provocados es la cooperación.

El análisis desarrollado es beneficioso para nuestro estudio porque posibilita identificar la utilización de valor compartido desde el enfoque de cambio social, pues ello generara alternativas para los problemas sociales y ambientales.

Sánchez S., (2020), en su investigación de tesis titulada *“Metodología Para Aplicar el Concepto de Valor Compartido en las Pymes Colombianas: Caso Aplicado a Sotecol SAS”* para optar el grado de Magister en Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, presentó como objetivo diseñar una herramienta para fijar el término de valor compartido en la empresa SOTECOL SAS, el método de estudio es cualitativo y cuantitativo, dado que se abordan datos cuantificables,

a los cuales se accede por observación, medición y datos cualitativos abordando campos sociales y humanísticos, el diseño de es no experimental, la población se proyecta a pequeñas y medianas compañías y la muestra conformada por la Empresa SOTECOL SAS, de igual forma las técnicas empleadas son estudio de información, observación, entrevistas e inspecciones (levantamiento o recolección de información y el análisis de información).

Donde llegó a concluir que la creación de valor compartido es una oportunidad para el sector empresarial colombiano, ya que valor compartido es un instrumento factible, viable para que las organizaciones colombianas incrementen financieramente y además generen beneficios para la sociedad, también se debe calcular las circunstancias en que se encuentra el ambiente, y es que la mayoría de veces no cumplen las condiciones para emplear esta propuesta, también se consiguió evidenciar que no es necesario ser una empresa grande y generar una cierta cantidad de ingresos operacionales para construir un puente con el entorno, la sociedad o el medio ambiente.

Esta investigación es provechosa para nuestro proyecto porque nos señala que la implementación de valor compartido es conveniente para el rubro organizacional en donde no es necesario el tamaño ni los ingresos de las organizaciones para tener una buena relación con la colectividad y el medio ambiente.

2.1.2 A nivel nacional

Avalos et al. (2017), en su investigación de tesis titulada *“Valor Compartido en el Sector de Construcción de Viviendas”* para la obtención de grado de Magister en Administración estratégica de empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, planteó como objetivo identificar los componentes asociados a valor compartido en el sector construcción de viviendas en Lima Metropolitana. El

método de estudio empleado es de enfoque cuantitativo, el diseño de estudio experimental, la población las organizaciones del sector de construcción de viviendas y la muestra son las siguientes compañías Mota Engil Perú, Ingenieros Civiles y Contratistas Generales SA, Viva GyM, Inmobiliaria Grupo Caral, Inmobiliaria, Especiales Arquitectos, la técnica empleada es el cuestionario.

Uno de sus resultados muestra que, del total de las empresas de construcción estudiadas ninguna a realizado por voluntad propia una obra pública en favor de la comunidad a pesar de conllevar a beneficios tributarios, deduciendo que el sector en estudio muestra un nivel bajo de valor compartido en aspectos como conocimiento, preparación y aplicación.

El análisis efectuado ayuda a nuestra investigación porque nos orienta que si aplican valor compartido respecto a la contribución ambiental y social conlleva a efectos tributarios como deducciones para las organizaciones.

Mendoza et al. (2017), en su análisis de tesis denominada *“Valor Compartido Desde las Prácticas Ecoeficientes en Empresas de Manufactura de Materiales para Construcción en Colombia”* para la obtención de grado de Magíster en Administración estratégica de empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, planteó como meta determinar la situación de la definición de valor compartido mediante la medición del manejo ecoeficientes en compañías de Manufactura de elementos para la construcción en Colombia (EMMC). El método de estudio fue cuantitativo, diseño de estudio experimental, la población son 18 compañías y la muestra son tres compañías reconocidas por la elevada intervención en ventas en el grupo de organizaciones destinadas a la manufactura de recursos para el sector de la construcción, así mismo la técnica empleada es de un instrumento con preguntas estructuradas.

Como resultado de la investigación, se concluyó que la aplicación de valor compartido al propio ambiente necesita de un considerable crecimiento en la medida en que se comprenda como repercute en el contexto laboral, social, accionistas, medio ambiente y a las diferentes unidades que están en inmediaciones de las organizaciones, puesto que al aplicar valor compartido se descubre otras oportunidades de crecimiento perfeccionado el cual debe recibir apoyo por lo sustentable y la competencia con el objetivo de que obtengan resultados en estrategias extendidas en el tiempo, es por ello que el sector de construcción requiere que se profundice el concepto de valor compartido.

La información recopilada es útil para nuestro trabajo porque podemos observar el plan de administración para la utilización de valor compartido que implantan y que realizan para que ello se vea reflejado en resultados tomando en cuenta el aspecto ambiente, social y se vea reflejado en las acciones que realizan en equipo las organizaciones y la sociedad.

Osco et al. (2017), en su investigación de tesis titulada “*Valor Compartido en el Sector Construcción Civil*” para la obtención de grado de Magíster en Administración estratégica de empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, se propuso como objetivo especificar y examinar el grado de entendimiento, capacidad y empleo del punto de vista de valor compartido en el sector construcción. El método de estudio cuantitativo, el diseño de estudio no experimental de alcance descriptivo, la población 65 empresas constructoras del sector construcción civil y la muestra son 12 empresas peruanas de construcción las mismas que tuvieron ingresos mayores en el 2014, así mismo las técnicas empleadas son entrevistas, encuestas y análisis documentario.

Finalmente, se concluyó que las organizaciones sondeadas del grupo se hallaban en un mínimo de comprensión y empleo de valor compartido, este nuevo pensamiento de la mejora de la capacidad organizacional, del mismo modo ser responsable con la colectividad, y ser fomentado por indagaciones presentas por organismos del estado y privadas en donde se muestran los frutos obtenidos para las organizaciones peruanas que se encuentran en el rubro de la construcción.

El estudio es provechoso para nuestra investigación porque nos muestra que una parte de las organizaciones desconocen de valor compartido, sobre su importancia en el cual determinamos que es una herramienta de gran ayuda para poder crecer.

Sachun (2021), en su investigación de tesis denominada *“Impacto de la Táctica de Negociación “Ganar - Ganar” sobre la creación de valor compartido de los proyectos residenciales de unidades “Premium” localizados en Santiago de Surco desde un ángulo estratégico – gerencial”*, para lograr el grado de Licenciado en Administración de la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas, en el cual tuvo como objetivo evaluar que el efecto de la maniobra de negociación “ganar - ganar” sobre la creación de valor compartido de los proyectos residenciales de sectores Premium desde un ángulo estratégico - gerencial. El método de estudio cuantitativo, el diseño de estudio experimental, la población cantidad de proyectos residenciales y la muestra conformada por los implicados (especialistas y encargados de los proyectos), así mismo las técnicas empleadas la entrevista personal y cuestionario.

Donde se ha deducido que la noción de valor compartido no es conocida en el ámbito local, esto se debe a que los proyectos correspondientes o no a la parte Premium, inclusive los pertenecientes a la parte residencial no consiguen

comprender el rendimiento de los proyectos en el aspecto económico, productividad y la posición de mercado, donde puede crecer si se considera la perspectiva de la comunidad, por lo que cada uno de los participantes observe la satisfacción de sus peculiares exigencias por medio de la averiguación de un fin frecuente; para contrastar lo anteriormente afirmado, es dispensable que las organizaciones procuren educar a sus participantes de todos de forma persistente e insistente.

La investigación es provechosa porque nos indica que la utilización de valor compartido no se llega a extender y esto es una negativa, ya que no se logra comprender la magnitud de beneficios que puede presentar en las organizaciones en los tres aspectos económico, social y ambiental, así como la colocación de las organizaciones con el fin de que todos los involucrados directa o indirectamente obtengan la satisfacción prevista.

2.1.3 A nivel regional y local

Se realizó la indagación de los antecedentes a nivel regional y local del tema Valor compartido y no se encontró información de utilidad para el trabajo de investigación.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Valor compartido

2.2.1.1 Definición de valor compartido

Porter & Kramer (2011): Son normas y hábitos que conlleva a la competencia de una compañía y asimismo a la mejoría de sus aspectos económicos, sociales y ambientales en la colectividad donde realizan dichas actividades para lograr identificar y expandir para el progreso monetario y comunitario. (p. 6)

El avance económico y social tiene que emprender, empleando bases desde la perspectiva del valor, este es definido como costo-beneficio, donde nace la idea de la generación de las ganancias es de la venta hacia los clientes menos todos los costos provocados en esa venta, a su vez la colectividad ha sido excluida como parte de la empresa dando a entender que ellas no forman parte de las ganancias de la empresa y tratándolos como ajeno, llevando a que en el tema económico y social se cree una barrera. Mientras que en el sector público y organizaciones se vean que el gastar dinero sea un logro; en tanto que los gobiernos y las ONG comienzan a razonar más en conceptos de valor, rigurosamente acrecentara su inclinación en cooperar con las organizaciones, a partir de la capacidad de creación de valor compartido esto posibilitara en las economías, ya que las posibilidades puedan llegar a retardar y suspender en los diferentes sectores y organizaciones pero que siempre deberán contar con ello. (p. 6)

Porter & Kramer (2011): Por lo tanto hacemos referencia que valor compartido es reconocer todas las exigencias, rentabilidad y perjuicios que hacen a la colectividad y organizaciones, en el cual las oportunidades no deberían ser inmóviles si no permanecer en constante variación a medida que surgen cambios en la tecnología, más aún cuando las organizaciones estén en exploración de las necesidades de su alrededor o de la colectividad, esto conllevara a un gran cambio en las oportunidades para la distinción de las demás organizaciones y poder lograr el reconocimiento antes ignorado. (p. 7)

Forero (2016): La idea de esta herramienta de valor compartido hace que las organizaciones tengan nuevas expectativas, para ello hacen referencia al tema comunitario en donde se desenvuelven, tiene como objetivo la notoriedad a futuro, teniendo como fin la utilidad para las organizaciones y la colectividad. (p. 28)

Porter & Kramer (2011): Indican que la colectividad percibe como un peligro a las organizaciones y no como una ayuda, así como el capitalismo es necesario que aporte en crear un bienestar social y no solo se dedique a ganar, el rendimiento monetario y el aspecto comunitario no deberían estar rivalizar si no que deberían ir ligados de la mano para contribuir en el éxito de las organizaciones; no solo es generar ganancia para solo cubrir el aspecto ambiental si no que debería incurrir en el bienestar de la sociedad. (p. 8)

Díaz & Castano (2013): También se define a valor compartido como políticas y herramientas que hacen una mejoría en la competitividad de las organizaciones que a su vez logran prosperar la economía y el aspecto social de los alrededores donde se encuentran estas organizaciones, también está en descubrir estos dos aspectos para el progreso de ambos. (p. 83)

Díaz & Castaño (2013): Todavía las organizaciones consideran irrelevante el aspecto socio ambiental y no como parte de ellas, estas mismas creen que implementar valor compartido en un corto plazo, minimizando el aspecto económico y no tomando en cuenta las necesidades de su entorno (clientes, proveedores y sociedad) les dará una mayor utilidad, pero esto es como estar en un sueño, porque la implementación de esta herramienta se dará a largo plazo en donde se verá los logros esperados, también se menciona que las organizaciones buscan tener rentabilidad sin afectar el aspecto socio ambiental buscando estrategias para no dejar de lado estos dos aspectos fundamentales. (p. 84)

Melamed-Varela, Blanco-Ariza, Rodríguez-Calderón (2018): La creación de valor compartido desde el enfoque de las comunidades científicas hace referencia a un tema responsable de lo socio ambiental, para la implementación de valor

compartido en las organizaciones a través de la conducción, para así favorecer al crecimiento en diferentes situaciones. (p. 41)

Melamed et al. (2018): Por otro lado, valor compartido impulsa el aspecto socio ambiental más que el aspecto económico, en donde las organizaciones deberían tener una responsabilidad con la colectividad, con el ambiente y las organizaciones donde aumenta la utilidad y productividad, así como la cooperación con la colectividad de su entorno. (p. 41)

Díaz (2014): Valor compartido es la innovación de una estrategia más competitiva para las organizaciones generando mayor utilidad, eficiencia y eficacia; así fortalecer el crecimiento de valor con la colectividad, esto hace que sea un llamado más al aspecto social para que las conexiones con las comunidades sean más asertivas ya que ellas mismas reciben los bienes o servicios de las organizaciones. (p. 22)

2.2.1.2 Dimensiones de valor compartido

2.2.1.2.1 Valor económico

Vaca et al. (2018): Valor económico está relacionado con la creación de valor para con la sociedad y no solo pretender obtener utilidades. (p. 67)

Díaz N. (2015): Que se logre obtener provecho para con la sociedad, más allá de lo que se desea para la compañía. Las compañías u organizaciones logran aumentar valor económico mediante el incremento de sus ingresos y la reducción de sus costos. (p. 217)

Muñoz-Martín (2013): El valor económico no solo debería ser creado para con la organización, sino también en beneficio de la colectividad. Es necesario llegar a superar el término de responsabilidad comunitaria organizacional, siendo que este

solo ve a la sociedad como algo externo, lejos de afianzar un acercamiento, así como lo propone valor compartido. (p. 78)

Huerta et al. (2018): A mayor inversión se logrará una mayor utilidad, que todos los costos utilizados, y así se dará la creación al termino de valor económico. La razón primordial de las empresas u organizaciones es aumentar su rentabilidad por el cual es necesario encontrar decisiones adecuadas para la prosperidad de las organizaciones. (p. 9)

Oscó et al. (2017): Valor económico se va a generar cuando la organización ponga en venta el bien o servicio y este exceda al costo con el que se ha producido, por lo tanto, el fin último de las organizaciones es satisfacer sus necesidades económicas es decir mayores ingresos o utilidades. (p. 12)

Díaz N. (2015): En relación con eso manifiestan que valor económico está dentro de valor compartido, lo cual indica que una organización exitosa deberá estar ligado a un crecimiento social motivando a un cambio superior del pensamiento. (p. 67)

Oscó et al. (2017): Manifiestan que la creación de valor económico está orientado a la administración financiera estableciendo estrategias, objetivos, lineamientos y un conjunto de acciones financieros y no financieros que serán el sostén de los objetivos planteados por las organizaciones, estas medidas deberán ser planteadas en la administración financiera, así como para la toma de decisiones. (p. 35)

2.2.1.2.2 Valor social

Vives (2012): Responsabilidad social empresarial es una parte de valor compartido, en el cual responsabilidad social empresarial representa que al diseñar valor económico se está diseñando a la par valor social, al igual que

existen casos de que se crea valor social sin la creación de valor económico o donde sea todo lo contrario, así se dice que es más complicado crear valor social y a la vez este cree valor económico. (p. 7)

Umaña (2020): Entonces crear valor social desde el aspecto empresarial se da a través del valor del negocio, ya que esto debería ser invertido para obtener más ganancias y fortalecer las capacidades en la colectividad a un largo plazo. (p. 114)

Huerta et al. (2018): El valor social es la obtención a favor del bien de la colectividad, así añadiendo los costos sociales no necesariamente implicados en la creación de valor económico. (p. 9)

Oscó et al. (2017): Haciendo mención de que valor social es el impacto positivo que causa en los partícipes, sociedad, patrimonio social y el ámbito geográfico lo que realmente es conocido como colectividad, es la parte no cuantificable, no palpable, que ninguno debe poner en cuestión cuál es su aporte, por el contrario, si se puede cuantificar mediante el retorno de la inversión realizada donde pretende aminorar los altibajos de la degradación del ambiente, mejorando el ambiente, la sociedad y lo económico. (p. 13)

2.2.2.1.3 Valor Ambiental

Daza et al. (2018): Desde aspectos legales hasta aspectos medioambientales, algunos autores mencionan que lo más relevante son las responsabilidades, más que el cuidado del medioambiente es lo que enmarca la idea de responsabilidad social empresarial, por otro lado, el aspecto ambiental está girando en torno al medio ambiente, el aspecto social, referido al mejoramiento entre la colectividad y las organizaciones; y el aspecto económico esta direccionada al tema de inversión, financiamiento, y ganancias de las organizaciones. (p. 270)

Huerta et al. (2018): La definición de valor ambiental en el sentido que si las organizaciones se dedican más al cuidado del medio ambiente ya sea mediano o a corto plazo serán más competentes en el mercado y también basándose en el respeto de las normas establecidas frente al cuidado del medio ambiente el cual se verá reflejado en el cambio y la modernización para promover la mejor utilización de tecnologías. (p. 9)

Osco et al. (2017): La importancia de la economía del recurso y el medio ambiente está en contribuir la diversidad de funciones y servicios del ecosistema con el fin de dar comodidad a la humanidad. (p. 13)

Osco et al. (2017): Lo concerniente sobre el medio ambiente tiene valor, porque la principal función es de estar relacionado al bienestar de las personas externas e internas de las organizaciones, ya que se ven afectados positivamente del goce de un ambiente sano y si se altera esto influirá negativamente. (p. 13)

Osco et al. (2017): Por último, valor ambiental es la rentabilidad o aptitud de un ecosistema fijado por algún representante idóneo, de acuerdo con las particularidades del ambiente y en estricto acato de las leyes de índole ambiental para la respectiva protección de las variedades o zonas. (p. 13)

La empresa Consorcio Mecano SAC adquiere los servicios de una empresa respecto al tratamiento de residuos sólidos.

Figura 1

Asiento contable de la provisión

68	valuación y deterioro de activos y provisiones						S/ 12,000.00
	689 provisiones						
	6894 provisión para protección y remediación del medio ambiente						
	68941 provisión para protección y remediación del medio ambiente – Costo						
48	provisiones						S/ 12,000.00
	484 provisión para protección y remediación del medio ambiente						
	31/01 Por la provision de la proteccion y remediacion						
94	gastos administrativos						S/ 12,000.00
79	cargas cubiertas por provisiones						S/ 12,000.00
	31/01 por la transferencia del gasto						

Nota: el cuadro representa el asiento contable de la provisión.

2.2.1.3 Beneficios de valor compartido

Prieto & Gómez (2017): El valor compartido busca que en las organizaciones no solo cumplan con el objetivo de ganar o lucrar, si no de lograr que las organizaciones se involucren en un cambio a nivel socio ambiental para que tanto el sector privado como público pueda impartir esta herramienta y así mejorar su productividad en estos tres aspectos. (p. 6)

Barral & de Vicente (2019): Los beneficios para la comunidad de brindar bienes o servicios convenientes a los compradores más desfavorecidos y con menor poder de compra pueden ser muy importantes, a la vez que los beneficios para las organizaciones puedan ser esenciales, por lo que valor compartido no es una generosidad empresarial, sino una táctica de administración que suministra productividad empresarial medible. (p.12)

García (2021): Se busca obtener el éxito a nivel económico y socio ambiental con la implementación de la herramienta de valor compartido en las organizaciones; es así como deberán tomar la decisión de implantar esta herramienta, como por

ejemplo los bajos costos, aumentar la productividad o buscar otras alternativas para llegar a ese éxito mediante las estrategias propuestas, las cuales deberán ponerse en niveles que serán primarias, secundarias y así pueda verse cuál de ellas ha alcanzado el objetivo trazado por las organizaciones. (p. 22)

García (2021): Por ende, lo primordial es lograr visualizar qué sucede a nuestro alrededor como organización y así poder observar los problemas que suceden a nivel socio ambiental para que esto a su vez se convierta en una oportunidad de beneficio o utilidad, el orden de los problemas en base a la prioridad deberán ser dirigidos a la estrategia de valor compartido; en segundo lugar tenemos que todo lo que se hace en bienestar de la sociedad debe estar ligado con el logro de la parte comercial, este paso incluye revisar los objetivos planteados, dar forma al efecto logrado en lo comercial y al aspecto social para ver si realmente está siendo eficaz el planteamiento de estrategia de valor compartido. Por lo cual las organizaciones deben estar en constante seguimiento para ver si realmente están logrando los objetivos, en tal razón se realizará una evaluación para lograr los objetivos y lo que se dispuso para perseguir ese fin, también debe establecerse como se medirán los objetivos, para ver si realmente se está llegando al propósito o simplemente para observar cual sería la mejora si se encontrase alguna falla. (p. 32)

García (2021): Asociando el problema de la desocupación con el envenenamiento del ecosistema y el importe que representa su desperdicio responsable la organización Newsan indetermino redirigir los bienes monetarios subvencionando su plan comunitario. Con esta decisión se logró coadyuvar a ambas partes, se propuso reducir el envenenamiento ocasionado por los RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) al alargar la existencia útil de los

electrodomésticos que, de no ser por Newsan IN, estarían sin función. Por otra parte, en un proceso educativo con una perdurabilidad de 400 horas, se educó a los individuos sin empleo en la restauración de electrodomésticos, asimismo se les brindo compañía en la fase de enseñanza de iniciar un negocio y capacidades en los negocios (armado de presupuestos, auditorías, atención al cliente, etc.) con la finalidad de poder administrar por cuenta propia los sectores productivos, también se les proporciono la oportunidad de empezar su estar up (puesta en marcha), de la mano con el Ministerio de Desarrollo el conceder proyectos comunitarios que facilitaron poner en movimiento las unidades productivas (acceder a un espacio físico donde realizar las reparaciones, comprar las herramientas necesarias, etc.). Finalmente, Newsan coopero destinando maestros (educadoras populares, trabajadoras o psicólogas sociales con especialización en educación popular) que gozaron de una participación colaborando el paso de formación en la preparación, y posterior a ello con una conducción de una vez a la semana hasta septiembre del 2020, después de ello se tomó en cuenta que los sectores productivos realmente ya podían marchar por sí mismos. (p. 46)

García (2021): Específicamente la idea se desprende de una visión de comercio, tomando en cuenta las aptitudes organizacionales y los componentes esenciales que predominan en el cumplimiento de la compañía, para después de ello asociar a éstos con la concepción de un impresión valido en definiciones comunitarias y medioambientales, se observa con ello la forma en que Newsan propuso la idea de acuerdo a su labor primaria, que es el comercio de electrodomésticos y cambio su cadena de valor para la obtención no sólo de rentabilidad organizacional, sino también socioambientales. (p. 56)

García (2021): Por consiguiente, otra particularidad de Newsan es que es notorio su vínculo con el comercio primordial de la compañía es la determinación de no emplear el canal de comercio tradicional de Newsan para ofertar los bienes reformados, se dedujo que no cuentan con la disposición de negociar este tipo de bienes por no formar parte de su línea de negocio. (p. 56)

García (2021): Por lo tanto, la táctica y la puesta en marcha de la decisión que se ejecutó de forma transversal a diferentes gerencias de la organización, implicando postventa, ingeniería, sustentabilidad, ventas institucionales, logística, entre otras, la exigencia de comprometer a las diversas gerencias de la compañía también habla de la manera en que el proyecto está alineado al negocio principal de Newsan, para que la idea sea exitosa, todas las gerencias deberán ir a la par. (p. 56)

García (2021): Respecto al trabajo de “responsabilidad e informaciones” los creadores manifiestan que para alcanzar una táctica de renombre de valor compartido se debe implicar a los trabajadores y stakeholders mediante un plan y un compromiso con valor compartido, logrando esto mediante la indagación, sugerencias e historias sobresalientes, también los responsables de las gerencias deben procurar alinear la cultura para apresurar el desempeño del valor compartido, fomentando la imaginación, la concreción y el reto de la administración actual (statusquo). Las organizaciones deberán de introducir la información obtenida del efecto comunitario y monetario a los informes financieros. (p. 56)

García (2021): Se desprende que investigando la aplicación del manejo en Newsan, es factible mencionar que la organización interactúa con los stakeholders sobre la situación de los planes, avances y enseñanzas logrados. (p.56)

García (2021): Mientras tanto, dentro de los grupos de interés importantes se pueden visualizar a los compradores, trabajadores de la organización, individuos, fundación Tzedaká y los inversionistas de Newsan, entre otros. Rubín afirma que fue importante la idea que tuvo el CEO de Newsan y el ilustre accionista en amparar el plan, después de que la prueba piloto ejecutada 2017, determino incrementar el importe dirigido a la idea, pese a que los líderes de alta jerarquía dentro de Newsan no estaban de acuerdo, el CEO amparó con determinación el plan y logro convencer a los opositores, destacando las utilidades que este traería consigo en un largo plazo. (p. 56)

Díaz N. (2015): Por consiguiente, se tiene las siguientes ventajas a partir de la implementación de valor compartido en las organizaciones:

- Las organizaciones no deberían verse como un enemigo para la sociedad si no como un aliado.
- La conexión entre rentabilidad y sociedad pueden llegar a tener consecuencias positivas.
- Se busca la mejoría del compromiso comunitario empresarial para pasar al instrumento de valor compartido.
- Debemos salir de la idea antigua del capitalismo para lograr realmente un cambio social.
- La responsabilidad social empresarial no logró ningún cambio en el aspecto socio ambiental.
- La economía y la colectividad no deberían ser enemigos.
- El éxito de las organizaciones debería influir en el aspecto socio ambiental.
- Ejecutar valor compartido es generar impacto socio ambiental.

- Valor compartido es significado de éxito empresarial a nivel de los tres aspectos (social, económico y ambiental).
- Valor compartido es una idea nueva que las organizaciones deben poner en práctica para no quedar fuera de la línea empresarial. (p. 225)

2.2.1.4 Pasos para crear valor compartido

Sánchez S. (2020): Los pasos para la obtención de valor compartido son: la afinidad de las partes interesadas (stakeholders), la comprobación y percepción de las oportunidades de valor compartido, así como la prioridad de oportunidades, el redescubrimiento de la habilidad organizacional, significado de habilidades de interacción, la mensuración de los resultados y la ejecución de ajustes. (p. 7)

Sánchez S. (2020): Por lo tanto, la aplicación de estos pasos es sumamente importante en el cual las organizaciones deben poner en práctica para alcanzar valor compartido, estos se desarrollarán por medio de la medición cualitativa y cuantitativa, a través de la observación y medición, aproximándose a los campos sociales y humanísticos. (p. 32)

Díaz & Castaño (2013): Para la creación de valor compartido es fundamental tomar en consideración:

- Diligenciar sobre los grupos de empresas u organizaciones (clústeres).
- Demarcar la utilidad en la cadena de valor. (p. 94)

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Reducción de costos

Coromoto (2018): Es la transformación interna de no alterar al consumidor y al trabajador, es decir, la deducción debe realizarse en atención al efecto producido en el mercado y en la organización. (p. 268)

2.3.2 Inversión

Olivera (2017): La inversión se origina a partir de una demanda descontenta, para complacer la misma hay que emplear en comprar bienes, sacrificar capitales financieros con la confianza de conseguir una entrada; lo que significa la privación en el consumo actual con la posibilidad de un consumo acrecentado en el futuro. (p. 13)

2.3.3 Utilidad

Guzmán & Manrique (2018): Es la ganancia o rendimiento que tienen las empresas u organizaciones, se calcula por medio de la resta entre los ingresos conseguidos y todos los egresos provocados en la concepción de dichos ingresos. (p. 35)

2.3.4 Financiamiento

Valles (2019): El financiamiento es la preferencia con que las organizaciones poseen para ejecutar estrategias de maniobra mediante la transposición, lo que conllevara a incrementar el rendimiento, acrecentar, extender, edificar o comprar nuevos componentes o realizar alguna otra inversión que sea en beneficio para sí mismo o aprovechar para que realce en el mercado. (p. 106)

2.3.5 Ingresos

Hernández A. (2018): Es todo aquello que incremente el valor de los activos y el patrimonio en una organización durante su actividad siempre y cuando no tengan en contribución económica el aporte de los socios o propietarios. (p. 25)

2.3.6 Rentabilidad

Sanchez (2018): Define como las ventajas que se han conseguido o se pueden conseguir de un capital ya empleado, la rentabilidad también es la ganancia, recompensa, subvención, y riqueza que se logró de un recurso aportado. (p. 33)

Figura 2

Calculo de la rentabilidad

RENTABILIDAD NETA

$$\text{ROA} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}} \times 100$$

$$\text{ROA} = \frac{89,333.00}{981877.00} \times 100$$

$$\text{ROA} = 9.0982\%$$

Nota: El cuadro representa el ratio de rentabilidad

Según la ratio obtenido de la rentabilidad neta de la empresa Consorcio Mecano SAC, periodo 2021, indica que la utilidad de la empresa está conformada por el 9 % de las ventas de los departamentos y oficinas construidas por la empresa.

2.3.7 Clientes

Gálvez (2018): “el termino cliente procede del griego antiguo y hace alusión a “individuo que necesita de”, los clientes son aquellos individuos que tienen cierta exigencia por un bien o prestación de un servicio que las organizaciones pueden cubrir”. (p. 9)

2.3.8 Proveedores

Laura-Chiluisa et al. (2020): Son las personas que suministran los bienes necesarios a las organizaciones para que empleen en la transformación o venta,

con el fin de conservar en funcionamiento la organización mediante la ejecución de las labores de forma natural. (p. 86)

2.3.9 Sociedad

Richard (2019): “Es la agrupación de individuos que interactúan entre ellos con pacto, leyes y normas, y participan de una misma costumbre y civilización en un ambiente; es todo individuo dispuesto a conseguir derechos y contraer obligaciones”. (p. 191)

2.3.10 Medio ambiente

Góngora (2015): El medio ambiente no solo es el sitio o ámbito donde se hallan, crecen y se procrean los seres vivos también está constituido por partes no tan naturales, (tierra-suelo, atmosfera, las aguas, la flora, la fauna) también de condición artificial, cultural, estético, o sensorial que interactúan entre sí y que posibilitan el crecimiento de la vida en todas sus formas, para lograr un progreso equilibrado de la vida en el ecosistema. (p.19)

2.3.11 Normas ambientales

Santana (2016): Son las guías que posibilitan a las entidades comisionados del tratamiento del ecosistema, inspeccionar el nivel de envenenamiento que ocasionan ciertas organizaciones, advertir el efecto ambiental ocasionado por las acciones del individuo sobre el medio ambiente y preservar las riquezas naturales de forma tal que el aprovechamiento de estos se realice de forma perdurable; así como la ISO 14001 diseñado para ayudar a las organizaciones a mantenerse en el mercado sin descuidar su responsabilidad ambiental. (p. 23)

La NIC-16 Propiedad, planta y equipo (2021), indican que deben ser clasificados como activos medioambientales aquellos activos que se compran por razones de

resguardo o por motivos medioambientales y si bien no ayudan a la obtención de rendimiento económico a largo plazo, si son imprescindibles para la obtención de los demás recursos.

NIC-37 Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes (2021) Se contemplarán como provisiones solamente a aquellos compromisos suscitados de hechos pasados, cuya presencia sea libre de los hechos futuros en la organización, tales compromisos son las multas del ecosistema o los importes de restauración del perjuicio medioambiental causados en oposición a la ley, para cancelar las respectivas responsabilidades, se originaran para la empresa salidas de bienes que suman rentabilidad monetaria, con autonomía de las actuaciones posteriores.

La Constitución Política del Perú (1993): establece al goce de paz, serenidad, y al reposo así también como al gozo de un ambiente tranquilo y conveniente para el crecimiento de su existencia.

Ley General del Ambiente (2005): las riquezas naturales se tienen que explotar de forma razonable, lo que conlleva a considerar su suficiencia de reajuste, impidiendo el mal aprovechamiento y restableciendo numérica y cualitativamente.

Ley Orgánica para el aprovechamiento Sostenible de los recursos Naturales (1997): optar por acciones para que la contabilidad de las organizaciones que produzcan o manipulen residuos sólidos muestren apropiadamente el costo real total de la precaución, inspección, intervención, reparación e indemnización que se origine de la manipulación de residuos sólidos.

Ley General de Aguas (1969) "Todo sujeto, incluyendo los gobiernos nacionales y locales, necesitan aprobación, consentimiento o concesión de acuerdo con su

necesidad, para consumir aguas, salvo las destinadas a complacer las exigencias primordiales”. (p. 4)

Decreto supremo 02-2022-VIVIENDA (2022) la ordenanza tiene como fin reglamentar el manejo y la utilización de los desechos ocasionados en la edificación y demolición, mediante la prioridad de la reducción e incremento de los desechos; garantizar la disposición de desechos y así cooperar con el cuidado del medio ambiente, así también como a la perdurabilidad y cambio con proyección a una economía circular del rubro de construcción.

El crecimiento empresarial debe realizarse tomando en consideración la puesta en marcha de lineamientos de administración medioambiental y de compromiso social.

2.3.12 Responsabilidad ambiental

Urquiaga (2021): El ambiente merece consideración moral y no solo intereses propios, apunta a que el ambiente debe preservar sus propios derechos. La responsabilidad ambiental son las buenas prácticas para el desarrollo y sostenibilidad ambiental y posee como soporte la conducta y eficacia basado en la ética de la retribución y endeudamiento que se incita de distinta manera al tratar, provocar, deteriorar y aludir a los organismos del entorno total. (p. 187)

2.3.13 Eficacia y eficiencia

Rojas et al. (2018): Definimos a eficiencia como: talento de alinear de alguien o de algo para lograr obtener un resultado esperado, también es el término que cuantifica el actuar de un conjunto o individuo económico para efectuar la culminación de un objetivo trazado, disminuyendo la ejecución de recursos; se

define a eficacia como talento que pretende impactar en lo que se anhela o lo que se espera a futuro. (p. 3)

Por ello no logra existir un acuerdo frente a estas definiciones, tratan de complementarse unas a otras su principal discrepancia es que la eficacia se especifica en el alcance y logro del resultado, mientras tanta eficiencia es el empleo o ejecución de recursos. (p. 4)

2.3.14 Grupos de interés / stakeholders

Rutgerd et al. (2011): Son equipos o personas interesadas que tienen que ser vistos como un componente primordial en el proyecto estrategia de interés, es la parte más aprovechada en otras palabras sujeto u organización que será afectado por los diversos ejercicios realizados por la organización. (p. 85)

2.3.15 Organización

Salcedo & Molina (2017): La organización es un conjunto de acciones sensatas asociadas de dos o más personas y solamente debe existir cuando: existe individuos con la habilidad de dialogar, a cooperar en una acción conjunta y con el propósito de alcanzar un objetivo común. (p. 23)

2.3.16 Sector construcción

Lozano & Tenorio (2016): "Se define a la organización constructora como el sector de producción, conformada por capital y trabajo, cuya actividad está a la prestación del bien en común y tiene un propósito monetario. Las labores ejecutadas por tales organizaciones son de adquirir materia prima y transformarlos en bienes o servicios. (p. 51)

Lozano & Tenorio (2016): "en principio el objetivo de una compañía constructora es proporcionar sus bienes o servicios en concordancia con lo acordado en un

proyecto y el contrato correspondiente. Claro está que, en la duración de las actividades, puede observarse cambios, y al mismo tiempo estas serán mínimas, fundamentadas, acordadas y admitidas, así como la compañía constructora y por el cliente. (p. 52)

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis

Hernández et al. (2018): El presente trabajo de investigación realizado es de alcance descriptivo, debido a que busca especificar las propiedades, características, etc. de la variable, por lo que no será necesario plantear hipótesis ya que no pronosticaremos un hecho o dato. (p. 124)

3.2 Método

Hernández et al. (2018): En el presente trabajo de investigación se aplicará el método deductivo, según Palmero (2021), el concepto deductivo lo conceptualiza: “que obra o procede por deducción” y deducción como “método por el cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular, por consiguiente, el método deductivo se lleva a cabo mediante la explicación de un componente teórico”, (p. 14), debido a que los resultados obtenidos respecto de la muestra se generalizarán a la población.

3.3 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo básica o teórica, es así que Carrasco (2019), define como que “solo busca ampliar y profundizar al caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos”. (p. 43)

3.4 Nivel o alcance de investigación

Hernández et al. (2018) la investigación corresponde al nivel descriptivo, porque busca especificar las características o propiedades del fenómeno que se va a investigar y como se van a manifestar las variables. (p. 106)

Según Aceituno, Silva & Ugarte (2021) “Las investigaciones descriptivas son necesarias para señalar con exactitud los ángulos o mediciones de un fenómeno, contexto o situación”. (p. 30)

3.5 Diseño de la Investigación

El diseño investigación es no experimental de corte transeccional o transversal. de acuerdo con Hernández et al, (2018), la investigación no experimental: “es la que se desarrolla sin maniobrar las variables; lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en un contexto natural, para después analizarlos”, (p. 174). Asimismo, estos investigadores indican que los diseños de investigación transversal recogen información en un solo momento y en un tiempo único.

3.6 Operacionalización de variable

Tabla 1
Operacionalización de variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Valor compartido	Díaz & Castaño (2013): Valor compartido se define como políticas, herramientas que hacen una mejoría en la competitividad de las organizaciones que a su vez logran prosperar en los aspectos económicos, sociales y ambientales de los alrededores en donde se encuentran estas organizaciones.	Porter & Kramer (2011): El valor compartido será medido a través de los factores económicos, sociales y ambientales.	Económico	Reducción de costos	Cuestionario y ficha de recolección de datos
				Inversión	
				Utilidad	
				Financiamiento	
				Ingresos de las organizaciones	
			Rentabilidad de las empresas		
			Social	Bienestar con los clientes	
				Bienestar con los proveedores	
				Contribución con la sociedad	
				Cuidado con el medio ambiente	
Normas ambientales					
Ambiental	Responsabilidad ambiental				

Nota: La tabla representa a la variable valor compartido - Díaz & Castaño (2013)

3.7 Población, muestra y muestreo

3.7.1 Población

Hernández et al. (2018) señalan que “es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas”. Así comenta al respecto “una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados” (p.174). Para el desarrollo del trabajo de investigación se consideró a la población el total de 20 colaboradores de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco.

3.7.2 Muestra

El procedimiento es de tipo No Probabilístico, por conveniencia de la investigación. En consecuencia, no se ha necesitado realizar cálculos estadísticos para la determinación de la muestra. Por lo tanto, la muestra es un subgrupo de 08 colaboradores del área gerencial, administrativo y operativo de la empresa Consorcio Mecano SAC, siendo que los 12 colaboradores restante no forman parte de la investigación por ser obreros.

3.8 Técnicas e instrumentos

3.8.1 Técnicas

Hernández et al. (2018): En el presente trabajo de investigación se empleará la técnica de la encuesta y análisis documental. (p. 250)

3.8.2 Instrumentos

En trabajo de investigación se empleará el cuestionario como instrumento para la recolección de datos, así como la ficha de recolección de datos.

3.9 Consideraciones éticas

La investigación está enmarcado a los valores éticos establecidos en las leyes que guían la ejecución de las investigaciones.

Es original y se cita a los autores que han antecedido a la tesis.

Todo lo que se expone en la investigación es auténtico, por lo que se aplica la imparcialidad respecto a las opiniones y resultados.

La información obtenida en el trabajo de investigación será básicamente con fines académicos, por lo que no presenta incompatibilidad respecto a la ética y además se solicitará consentimiento informado a los integrantes de la muestra.

3.10 Procedimiento estadístico

Para el presente trabajo de investigación, obtenida la información de la muestra en estudio, se procesarán los datos con el uso de herramientas tecnológicas como la hoja de cálculo Excel y los resultados descriptivos se presentarán en tablas y gráficos mostrando frecuencias y porcentajes.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Variable Valor compartido:

El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario aplicado a los 8 colaboradores de las áreas gerenciales, administrativas y operativas de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC, con el fin de recolectar información sobre el valor compartido como estrategia competitiva.

Cabe destacar que la técnica principal empleada es la encuesta y el instrumento principal el cuestionario, y la otra técnica también utilizada es el análisis documental y su instrumento fue la ficha de recolección de datos.

Los siguientes cuadros y figuras muestran los resultados descriptivos de la investigación sobre el valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021 bajo sus respectivas dimensiones:

4.1.2 Dimensión Económica

Tabla 2

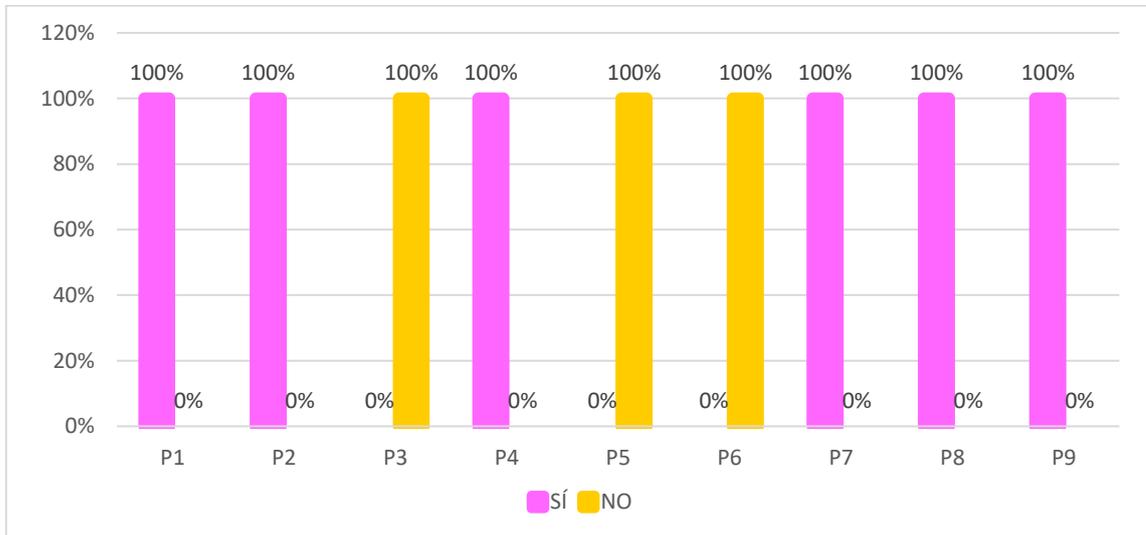
Resultados de la frecuencia de la dimensión económica del Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021 (preguntas del cuestionario del 1 al 9)

Indicadores	Ítems	SÍ		NO	
		f	%	f	%
Reducción de costos	P1	8	100%	0	0%
	P2	8	100%	0	0%
Inversión	P3	0	0%	8	100%
Utilidad	P4	8	100%	0	0%
	P5	0	0%	8	100%
Financiamiento	P6	0	0%	8	100%
Ingresos de las organizaciones	P7	8	100%	0	0%
Rentabilidad	P8	8	100%	0	0%
	P9	8	100%	0	0%

Nota: La tabla representa el total de los indicadores de la dimensión económica

Figura 3

Resultados de la frecuencia de la Dimensión Económica del Valor Compartido como Estrategia Competitiva en la Empresa Constructora Mecano SAC de Cusco, periodo 2021 (preguntas del cuestionario del 1 al 9)



Nota: La figura representa a los indicadores de la dimensión de valor económico.

La tabla (2) y la figura (1) anteriores muestran los resultados de la investigación sobre la dimensión económica del valor compartido como estrategia competitiva en la Empresa Constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021 comprendidos entre las preguntas del 1 al 9. Se observa el 100% de los encuestados respondió que la organización si efectúa una reducción de costos en la actividad que desarrolla. Sin embargo, el 100% de los encuestados considera que la empresa reduce sus costos sin considerar el daño o impacto sobre el medio ambiente.

Asimismo, el 100% de los encuestados piensa que la organización no necesita o no requiere una inversión para implementar el valor compartido. Igualmente, el 100% de los encuestados respondió que la empresa ha conseguido una utilidad esperada en el periodo 2021. Además, el 100% de los encuestados considera que la empresa no destina un porcentaje de su utilidad para el cuidado del medio

ambiente. Igualmente, el 100% de los encuestados respondieron que la empresa no posee financiación externa para la implementación de valor compartido.

El 100% de los encuestados considera que existen ingresos para que la empresa destine una provisión para el resguardo y restauración del ecosistema. El 100% de los encuestados respondió que la empresa es rentable. Por último, el 100% de los encuestados consideran que la empresa tiene una rentabilidad por encima de lo esperado.

Esto significa que una mayoría absoluta de los encuestados consideran que el valor compartido que aplica o practica la empresa en sus factores económicos presenta algunas limitaciones o carencias. Es decir, presenta un nivel precario de valor compartido en su dimensión económica, puesto que, por un lado, es positivo en el desarrollo de la reducción de sus costos, la generación del beneficio esperado, la rentabilidad, la generación de ingresos; sin embargo, presenta debilidades en la inversión para la implementación del valor compartido, la no disponibilidad o búsqueda de financiamiento para la implementación de valor compartido, la reducción de sus costos sin considerar el daño o impacto en el medio ambiente y la no provisión para la remediación y cuidado del medio ambiente.

Adicionalmente, en el siguiente cuadro y figura se muestra la utilidad en soles de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021. Se observa que la empresa, según la encuesta realizada, tiene una utilidad entre 50,000 soles a más, lo que significa que cuenta con los recursos financieros y económicos necesarios para asumir e implementar el valor compartido.

Tabla 3

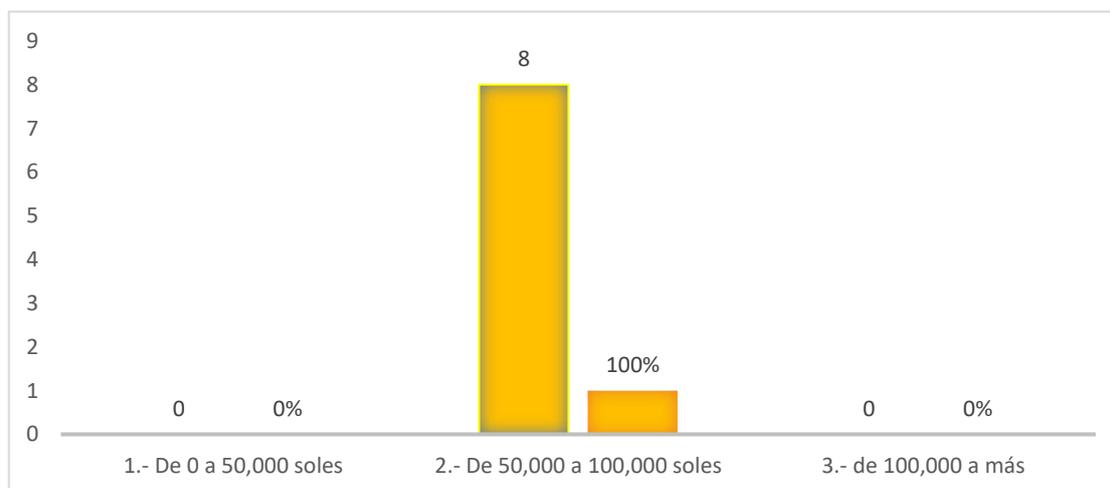
Resultados sobre la utilidad en soles de la Empresa Constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021

Respuestas	Frecuencias	%
1.- De 0 a 50,000 soles	0	0%
2.- De 50,000 a 100,000 soles	8	100%
3.- de 100,000 a más	0	0%
Total	8	100%

Nota: La tabla representa la utilidad en soles obtenida en el periodo 2021 Consorcio Mecano SAC

Figura 4

Resultados sobre la utilidad en soles de la Empresa Constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021



Nota: La representación gráfica representa la utilidad en soles obtenida en el 2021

4.1.3 Dimensión Social

Tabla 4

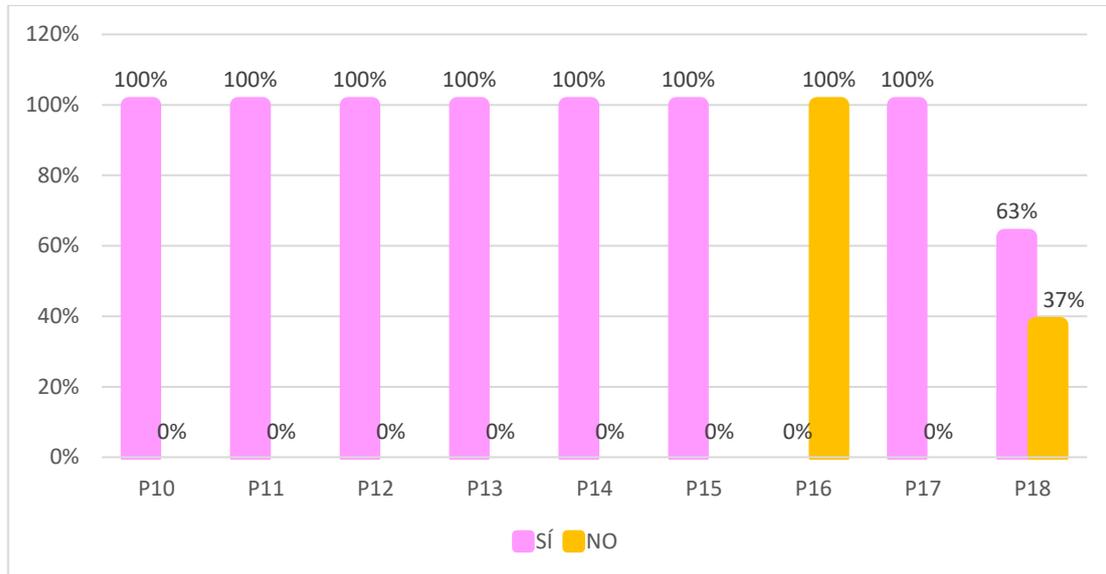
Resultados de la frecuencia de la dimensión social de Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021 (preguntas del cuestionario del 10 al 18)

Dimensión	Ítems	SÍ		NO	
		f	%	F	%
Bienestar con los clientes	P10	8	100%	0	0%
	P11	8	100%	0	0%
	P12	8	100%	0	0%
Bienestar con los proveedores	P13	8	100%	0	0%
	P14	8	100%	0	0%
Contribución con la sociedad	P15	8	100%	0	0%
	P16	0	0%	8	100%
	P17	8	100%	0	0%
	P18	5	63%	3	38%

Nota: La tabla representa a los indicadores de la dimensión social de Valor compartido

Figura 5

Resultados de la frecuencia de la dimensión social del Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de Cusco, periodo 2021 (preguntas del cuestionario de la 10 al 19)



Nota: La figura representa el total de los indicadores de la dimensión social de valor compartido

La tabla y el gráfico anterior señala los resultados de la investigación sobre la parte social de valor compartido como estrategia competitiva en la Empresa Constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021, a partir de las preguntas del 10 al 18. Se contempla que el 100% de los encuestados consideran que la organización desarrolla la búsqueda de la satisfacción de sus clientes y la fidelización de sus clientes. También el 100% de los encuestados consideran que los reclamos y quejas en el libro de reclamaciones son importantes con el fin de lograr el bienestar de los clientes.

Asimismo, el 100% de los encuestados cree que la organización efectúa la búsqueda del bienestar común entre sus proveedores y también consideran que la empresa si cumple con el pago oportuno de los créditos obtenidos de sus proveedores. Por otro lado, el 100% de los encuestados cree que la organización sí busca el bienestar común entre la sociedad. Sin embargo, el 100% de los

encuestados opinan que la organización no ha realizado actividades que favorece el desarrollo social de la comunidad. Además, el 100% de los encuestados opinan que la organización si cumple con las normas establecidas antes, durante y después de realizar la construcción de una obra. Finalmente, el 63% de los encuestados consideran que la empresa si recoge los reclamos de los vecinos en el momento de iniciar una construcción y el 37% consideran que la empresa no recoge los reclamos de los vecinos.

Esto significa que una mayoría de los encuestados considera que el valor compartido practicado por la empresa en sus factores sociales es algo positivo, pero con algunas limitaciones o carencias. Es decir, presenta un nivel frágil de valor compartido en su dimensión social, ya que, por un lado, es positivamente favorable que la empresa se preocupe por la satisfacción, bienestar y fidelidad de sus clientes, sus proveedores y la búsqueda del bienestar de la sociedad; sin embargo, la empresa no ha efectuado actividades que faciliten el progreso social de la comunidad y además un porcentaje mínimo de encuestados considera que la empresa no toma en cuenta las quejas de los vecinos al momento de iniciar una construcción.

4.1.4 Dimensión Ambiental

Tabla 5

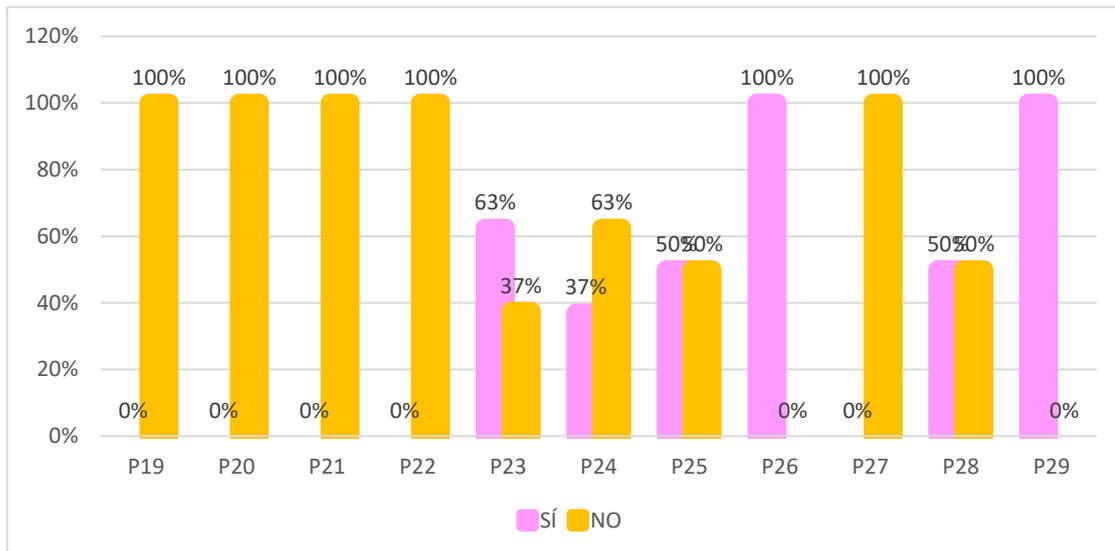
Resultados de la frecuencia de la Dimensión Ambiental del Valor Compartido como Estrategia Competitiva en la Empresa Constructora Consorcio Mecano SAC de Cusco, 2021 (preguntas del cuestionario del 19 al 29)

Dimensión	Ítems	SÍ		NO	
		f	%	f	%
Cuidado con el medio ambiente	P19	0	0%	8	100%
	P20	0	0%	8	100%
	P21	0	0%	8	100%
Normas ambientales	P22	0	0%	8	100%
	P23	5	63%	3	38%
	P24	3	37%	5	63%
	P25	4	50%	4	50%
Responsabilidad ambiental	P26	8	100%	0	0%
	P27	0	0%	8	100%
	P28	4	50%	4	50%
	P29	8	100%	0	0%

Nota: La tabla representa los indicadores de valor ambiental del valor compartido

Figura 6

Resultados de la frecuencia de la dimensión ambiental del Valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021 (preguntas del cuestionario del 19 al 29)



Nota: La figura representa los indicadores de valor ambiental del valor compartido

La tabla y el gráfico anterior evidencian los resultados de la investigación sobre la parte ambiental de valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021. Se observa que el 100% de los encuestados consideran que la empresa no cuida el medio ambiente en la actividad que desarrolla y no realiza una provisión para la protección y remediación del medio ambiente. Además, el 100% de los encuestados consideran que la empresa no cumple rigurosamente las normas ambientales; asimismo, no cumple con la disposición del decreto supremo 02-2022-VIVIENDA respecto al tratamiento de residuos sólidos.

Por otro lado, el 63% de los encuestados piensa que la empresa si conoce la ley 28611 respecto a la contaminación del agua y el 37% de los encuestados cree que la organización no conoce dicha ley. De igual forma el 37% de los encuestados piensa que la organización si conoce la ley 28611 respecto a la contaminación del aire, sin embargo, una mayoría de 63% consideran que la

empresa no conoce la ley 28611 respecto a la contaminación del aire. En ese mismo sentido, el 50% de los encuestados cree que la empresa si conoce la ley 28611 respecto al tratamiento de los residuos sólidos y el 50% consideran que la empresa no conoce la ley 28611 respecto al tratamiento de los residuos sólidos. Del mismo modo, el 100% de los encuestados opina que la empresa si es consciente del impacto que genera la construcción de obras en el medio ambiente. Asimismo, el 100% de los encuestados consideran que la empresa no asume los pasivos ambientales como parte de su responsabilidad. También el 50% de los encuestados cree que la empresa si compatibiliza la actividad de construcción con la preservación del medio ambiente y el 50% consideran que la empresa no compatibiliza la actividad de construcción con la preservación del medio ambiente. Finalmente, el 100% de los encuestados piensa que la empresa si adopta medidas de seguridad en las actividades de construcción para el personal interno y externo. Esto significa que la mayoría de los encuestados considera que el valor compartido practicado por la empresa en sus factores ambientales presenta algunas limitaciones o carencias; puesto que la empresa no tiene el cuidado con el medio ambiente, no tiene una provisión para la protección y remediación, no cumple con las normas ambientales y no existe una responsabilidad ambiental.

4.2 Discusión de resultados

En esta investigación se encontró que más del 50% en promedio de los encuestados considera que la empresa presenta debilidades en la aplicación de los principios del valor compartido como estrategia competitiva debido a su falta de acciones frente a los factores económicos, sociales y medioambientales más orientados a generar plenamente un valor compartido entendido como herramienta estratégica. Por lo tanto, es importante que la empresa utilice esta

herramienta para ser más competitiva, rentable frente a las demás y generar un mayor bienestar económico, social y ambiental. Estos resultados se asemejan con la conclusión de Osco et al. (2017) quienes hallaron que las organizaciones encuestadas se hallaban en un bajo nivel de entendimiento y utilización de valor compartido; además concluyen que este nuevo pensamiento de mejorar la competitividad empresarial siendo socialmente responsable a través del valor compartido puede evidenciarse en los beneficios generados económicos, sociales y medioambientales.

Igualmente, estos resultados están en línea con la conclusión de Ahumada (2020) de que las empresas se posicionan competitivamente aplicando el valor compartido, lo que promueve un mayor empleo y un aumento de los beneficios. Esto hace que las organizaciones sean más competitivas, rentables y a su vez genera mayor bienestar económico, social y ambiental.

De igual forma estos resultados se asemejan con Basto y Farfán (2020), quienes mencionan que con la implementación de valor compartido y contabilidad social se puede cambiar la percepción que tiene la sociedad respecto al tema ambiental y social, ejecutando tareas para que la organización y los colaboradores trabajen en conjunto para posicionarse en el mercado y así puedan beneficiarse todos.

Del mismo modo, estos resultados guardan relación con Sánchez (2020), quien concluye que la creación de valor compartido es una oportunidad empresarial, ya que es un instrumento factible y viable para incrementar financieramente las empresas y generar beneficios para la sociedad. En ese sentido, Daza et al. (2018) señalan que la protección del medio ambiente es lo que caracteriza el concepto de responsabilidad social empresarial. Este aspecto ambiental gira en torno al medio ambiente, mientras que los aspectos sociales se centran en el

bienestar de la colectividad y los aspectos económico se centran en la inversión, financiación y utilidades. Por tanto, la suma de estos tres aspectos da como resultado el valor compartido.

De igual forma, estos resultados coinciden con Mendoza et al. (2017), quienes hallaron que la utilización del valor compartido requiere un mayor desarrollo al grado de entender cómo impacta en el entorno laboral, social, ambiental, a los accionistas y a los diversos agentes que se mueven alrededor de las empresas, siendo la aplicación que abre la puerta a nuevas posibilidades de crecimiento y desarrollo innovador apoyadas en la sostenibilidad y la competitividad.

En cuanto a la dimensión económica del valor compartido, se halló que la mayoría de los encuestados considera que la empresa presenta algunas limitaciones. Por un lado, es positiva en el desarrollo de la reducción de sus costos, generación de la utilidad prevista, rentabilidad, generación de ingresos; pero, por otro lado, presenta deficiencias en la inversión destinada a la implementación de valor compartido, indisponibilidad de financiamiento para la implementación de valor compartido, reducción de sus costos sin contemplar el deterioro ambiental y la no destinación de sus utilidades a la protección del medio ambiente.

Estos resultados están en conformidad con Sachun (2021), quien ha deducido que el concepto de valor compartido en su dimensión económica no está extendido a nivel local, lo que hace que muchos de los implicados no comprendan los beneficios de los proyectos a nivel económico, por tanto, es imprescindible que las organizaciones formen a los empleados de todas las jerarquías de forma persistente y constante.

Además, estos resultados coinciden con autores como Vaca et al. (2018), Muñoz-Martín (2013), Osco et al. (2017), Huerta et al. (2018), quienes evidenciaron y

afirmaron que el valor económico tiene que ver con la creación de valor para la sociedad y no solo está destinado a la obtención de utilidades, sino también al beneficio de la comunidad. Además, la creación de valor monetario está orientada a la administración financiera, establecimiento de estrategias, objetivos, directrices y un conjunto de acciones. Cuanto mayor sea la inversión, más beneficios se obtendrán de todos los costos utilizados y, por lo tanto, se producirá la creación de valor económico.

En cuanto a la dimensión social del valor compartido, se halló que más de 50% de los encuestados lo considera positiva, pero con algunas limitaciones o carencias. Es decir, presenta un nivel frágil en los factores sociales, ya que, por un lado, es favorablemente positiva la preocupación de la empresa por la satisfacción, bienestar y fidelización de sus clientes, sus proveedores y la búsqueda del bienestar de la sociedad; pero, por otro lado, la empresa no tiene realizadas actividades que beneficien el crecimiento social de la comunidad.

Estos hallazgos son coherentes con los de Ávalos et al. (2017), quienes descubrieron que las empresas constructoras analizadas ninguna ha realizado voluntariamente una obra pública a favor de la comunidad a pesar de conllevar beneficios fiscales, por lo que se infiere que el sector muestra un bajo nivel de valor social compartido.

De la misma forma, estos resultados son similares a los de Méndez & Gómez (2017), quienes concluyen que los éxitos alcanzados por el instrumento del valor compartido en las empresas se deben a los seis elementos estudiados (entorno, reconcepcion del mercado, productos, cadena de valor, clientes, proveedores y sociedad), por lo que es determinante para las empresas crear valor social compartido.

Además, estos hallazgos son semejantes con los de Monge & Allamand (2016), quienes determinan de que las empresas con las comunidades no deberían ser competidores y no deberían emplear un patrón de negocio fundamentado en la asistencia. En su lugar, las empresas y comunidades deben elegir un nuevo valor compartido y política de innovación social, siendo la tarea de las comunidades sugerir que las empresas desarrollen proyectos conjuntos para abordar los problemas sociales que han causado.

Como lo señalan Huerta et al. (2018), que el valor social es la procuración en pro del bienestar de la colectividad, sumando así costos sociales no necesariamente involucrados en la creación de valor económico. De la misma manera Osco et al. (2017) menciona que el valor social es el impacto positivo que causa en los individuos, las comunidades, el capital social y el medio ambiente.

En cuanto a la dimensión ambiental del valor compartido, se concluyó que la gran parte de los encuestados cree que la empresa tiene limitaciones o carencias para asumir su responsabilidad frente al medio ambiente. Es decir, tiene un nivel frágil de cuidado del medio ambiente, no tiene una provisión de protección y remediación medioambiental, no cumple las normas medioambientales y no tiene responsabilidad ambiental.

Estos hallazgos coinciden con los de Huerta et al. (2018); Osco et al. (2017), quienes señalan que el valor ambiental se centra en el cuidado y protección del medio ambiente. Ello implica que si las empresas se esfuerzan más en el cuidado del medio ambiente en el breve o lejano plazo tendrán mayor competitividad en el mercado y además se basará en el cumplimiento de las normas ambientales establecidas lo que se reflejará en el cambio y modernización para promover el mejor uso de las tecnologías.

En cuanto a los aspectos sociales, económicos y ambientales, la labor social de las organizaciones es fundamental. Cuando el compromiso de las organizaciones con la protección ambiental deba demostrarse a través de una variedad de acciones, incluida una buena gestión del uso de la tierra relacionada con la construcción que sea evidente para toda la comunidad, el manejo adecuado de las obligaciones contractuales relacionadas con el valor compartido y el cumplimiento de las normas ambientales.

Respecto a los resultados en los antecedentes, ya que la mayoría de ellos coinciden en que las diversas empresas presentan debilidades, carencias y limitaciones en la aplicación y práctica del valor compartido en sus dimensiones económica, social y ambiental. Además, argumentan que el valor compartido constituye aquellas prácticas empresariales encaminadas desde su concepción a la doble finalidad de proporcionar beneficios a la empresa y mejorar las condiciones económicas, sociales y medioambientales de una población específica relacionada con dicha empresa.

Los hallazgos de la investigación permiten conocer el estado de situación de la gestión empresarial y contable de la empresa Consorcio Mecano SAC respecto al concepto de valor compartido como estrategia competitiva. No obstante, dada la falta de recursos de la presente investigación, se podría considerar un tamaño de muestra mayor en estudios posteriores.

CONCLUSIONES

En relación con el problema general de investigación "¿De qué manera se determina el valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?", se estableció como objetivo general "Describir el valor compartido como estrategia competitiva en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021". Se describió los resultados de la encuesta y se concluyó que más del 50% de los encuestados cree que la empresa tiene puntos débiles, limitaciones y deficiencias en la implementación del valor compartido que constituye una estrategia competitiva.

Con referencia a la primera pregunta específica de investigación relacionada a "¿Cómo es el aspecto económico en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?", se estableció como primer objetivo específico "Describir el aspecto económico de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021. Se describió de acuerdo con los resultados la empresa reduce costos por la actividad que desarrolla, pero lo hace sin tomar en cuenta la influencia del medio ambiente. Asimismo, la empresa ha logrado una utilidad que estaba prevista para el año 2021, por lo que en dicho periodo no realizó una contribución a la protección del medio ambiente. Además, la empresa es rentable y genera ingresos para destinar cierto importe para realizar una provisión contable para la protección y remediación ambiental.

Dicho de otro modo, se concluye que, si bien la empresa tiene éxito en el desarrollo de la reducción de costos, la generación de beneficios anticipados, la rentabilidad y la generación de ingresos; pero tiene debilidades en la inversión y la falta de disponibilidad de sus recursos para la implementación de valor

compartido, la reducción de sus costos sin considerar el daño o impacto sobre el medio ambiente y la no asignación de sus ganancias al cuidado del medio ambiente.

Con referencia a la segunda pregunta específica de investigación relacionada a “¿Cómo es el aspecto social en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?”, se estableció como segundo objetivo específico “Describir el aspecto social de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021”. Se logró describir de acorde con los resultados que la empresa busca la fidelización; la satisfacción del cliente; el bien común entre sus proveedores y la sociedad, el cumplimiento de las normas establecidas antes, durante y después de la construcción. Pero, la empresa no se ha involucrado en ninguna actividad que apoye el progreso social de la comunidad. Finalmente, el 63% cree que la empresa realmente considera las quejas de los vecinos al iniciar un proyecto de construcción, mientras que el 38% cree que no.

Es decir, se concluye que el valor compartido en su dimensión social, la empresa por una parte posee de forma positiva la satisfacción, bienestar y lealtad de sus clientes, de sus proveedores y la búsqueda del bienestar de la sociedad; pero no ha realizado actividades que beneficien el crecimiento social de la colectividad.

Con referencia a la tercera pregunta específica de investigación relacionada a “¿Cómo es el aspecto ambiental en la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021?”, se estableció como tercer objetivo específico “Describir el aspecto ambiental de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC de la ciudad de Cusco, periodo 2021”. Los hallazgos de estudio revelan que la empresa no considera el medio ambiente al desarrollar sus

actividades y no toma medidas para su protección y remediación. No cumple estrictamente algunas de las leyes ambientales respecto al tratamiento de residuos sólidos. El 63% cree que la empresa tiene conocimiento de la Ley 28611 sobre contaminación del agua, mientras que el 37% no. Una mayoría del 63% cree que la empresa no cumple con la Ley 28611 sobre contaminación del aire, mientras que el 37% cree que sí. El 50% cree que la empresa cumple con la Ley 28611 en cuanto al manejo de residuos sólidos y el 50% no. Además, la empresa es consciente del impacto que tiene la actividad de construcción con el medio ambiente.

En otras palabras, se concluye que la empresa no asume los pasivos ambientales como parte de su responsabilidad. Según la encuesta, el 50% cree que la empresa hace un buen trabajo al equilibrar la actividad de construcción con la preservación del medio ambiente, mientras que el 50% cree que la empresa no hace un buen trabajo al respecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que los organismos reguladores como es la Municipalidad provincial de Cusco, SUNAT, SUNAFIL Y OEFA establezcan mecanismos para incentivar el uso de herramienta valor compartido por parte de distintas organizaciones del rubro de construcción en la región Cusco. Esta práctica beneficiará tanto a la empresa como a la comunidad en términos económicos, sociales y medioambientales.

Al gerente general Ing. Freddy Caceres Yabar de la empresa constructora Consorcio Mecano SAC se recomienda implementar el valor compartido, haciendo énfasis en el valor ambiental, social y económico, pues la empresa está preparada y tiene la capacidad económica para implementar esta herramienta como estrategia competitiva.

También se recomienda destinar proyectos, fondos y acciones que beneficien a la comunidad o a la sociedad, de carácter social y ambiental ya que al ejecutarse podrá ser costo-beneficio para la empresa.

La empresa, al operar dentro de la comunidad, se recomienda que debe prever la asignación de fondos para la reparación de la contaminación y el deterioro del medio ambiente, para ello poder ser una empresa con una característica ambiental y así obtener mayores clientes por la distinción al resto de empresas.

Se recomienda seguir investigando a raíz del presente trabajo de investigación, ya que se trata de un tema crucial encaminado a la mejora de la calidad ambiental y social basada en el valor compartido por las numerosas empresas de las localidades de nuestro país. Además, abordar estas problemáticas ayuda al crecimiento de la organización desde la perspectiva monetaria, social y medioambiental.

Financiamiento

La ejecución del presente proyecto de investigación será financiada por las tesisistas Coraly Yesenia Saire Marca y Vasti Luz Carlos Mamani.

BIBLIOGRAFÍA

- Aceituno, C., Silva, R., & Ugarte, S. (2021). *Metodos y Técnicas de la Investigación Contable*. Cusco.
<https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/3085>
- Ahumada, F. (2020). *Análisis comparativo del impacto del modelo de valor compartido en empresas colombianas [Tesis de licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]*. Repositorio Institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia.
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b3ef527c-791f-4a58-b360-ec871c3a77a2/content>
- Alicorp. (2019). *Reporte Alicorp_2019*. Reporte_Alicorp_2019:
https://www.alicorp.com.pe/media/PDF/Reporte_final_Alicorp_2019_7set.pdf
- Avalos, J., Castillo, J., Quispe, J., & Sánchez, R. (2017). *Valor Compartido en el sector de construcción de viviendas [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]*. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9811/A_VALOS_CASTILLO_VALOR_CONSTRUCCION.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barral, A., & de Vicente, M. (2019). El experto acreditado. Panorama nacional e internacional. *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 4-6. <https://aeca.es/wp-content/uploads/2019/10/REVISTA-AECA-127.pdf>
- Basto, E., & Farfán, E. (2020). *El aporte de la Contabilidad Social en la Creación del Valor Compartido en las organizaciones [Tesis de Licenciatura, Universidad Piloto de Colombia]*. Repositorio Insititucional de la Universidad Piloto de Colombia, Giradot.
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9363/TG%20Basto%20y%20Farf%C3%A1n%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bravo, D. A., Cobacango, L. M., Cuétara, L. M., & García, M. (2019). Perspectiva del Valor compartido en la cadena global de valor del café en Manabí. *Revista San Gregorio*, 1-11. doi:10.36097/rsan.v1i33.1115
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica* (Vol. (2da Edición)). Editorial San Marcos.
- Comite de Normas Internacionales. (2021, 24 de noviembre). *NIC 16: Propiedad, planta y equipo*.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3109216/NIC%2016.pdf?v=1652832900>

- Congreso Constituyente Democrático de 1992. (1993, 29 de diciembre). *Constitución Política del Perú*. Diario Oficial el Peruano. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3823522/Decimosexta%20Edici%C3%B3n%20Oficial%20de%20la%20Constituci%C3%B3n%20Pol%C3%ADtica%20del%20Per%C3%BA%20%28bolsillo%29.pdf.pdf?v=1668011693>
- Congreso de la Republica del Perú. (1969, 01 de enero). *Ley General de Aguas*. Diario Oficial el Peruano. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/417609/457275122213776968220191106-32001-357fgl.pdf?v=1573077460>
- Congreso de la Republica del Perú. (1997, 10 de junio). *Ley Orgánica para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales*. Diario Oficial el Peruano. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/12778/Ley-N_-26821.pdf?v=1530656627
- Congreso de la Republica del Perú. (2005, 23 de junio). *Ley General del Ambiente*. Diario Oficial el Peruano. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/12772/Ley-N_-28611.pdf?v=1578521542
- Congreso de la Republica del Perú. (2022, 06 de abril). *Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Gestión y Manejo de Residuos Sólidos de la Construcción y Demolición*. Diario Oficial el Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-gestion-y-manej-decreto-supremo-n-002-2022-vivienda-2055631-1>
- Coromoto, M. (2018). Estructuración y reducción de costos en Venezuela. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(2), 263-272. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Daza, A., Vilorio, J., & Miranda, L. (2018). De la responsabilidad social empresarial (RSE) a la creación de valor compartido CVC. 9(1), 263-285. doi:10.22519/22157360.1193
- Díaz, D. (2014). *Creación de valor compartido mas allá de la responsabilidad social. Un estudio cualitativo [Tesis de Maestría, Universidad Internacional de La Rioja]*. Repositorio Institucional Universidad Internacional de La Rioja. <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/2385/diaz%20ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, N. (2015). La creacion de valor compartido: estrategia de sostenibilidad y desarrollo empresarial. 22(2). <https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/RevClat/article/view/1629/1505>
- Díaz, N., & Castaño, C. A. (2013). El Valor Compartido como Nueva Estrategia de Desarrollo Empresarial. 2, 82-100. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/21028/EI%20valo>

r%20compartido%20como%20Nueva%20estrategia%20de%20desarrollo%20empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Forero, Y. M. (2016). Creación de valor compartido. 2(2), 28-32. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1357>
- Gálvez, E. J. (2018). El impacto del servicio al cliente de las empresas Mexicanas en función de la atención al cliente. *Revista Economía y Administración*, 9(2). doi:10.5377//eva.v9i2.6657
- García, F. (2021). *Creación de Valor Compartido: implementación en empresas que operan en Argentina [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Andrés]*. Repositorio Institucional Universidad de San Andrés. <http://hdl.handle.net/10908/18409>
- Góngora, K. (2015). *La importancia de la definición de las actividades de remediación de pasivos ambientales mineros [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]*. Repositorio Institucional de la Universidad de San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1787>
- Gutierrez, A. M., & Amador, M. E. (2015). Responsabilidad social con valor compartido constituyen ventajas competitivas peruanas y mexicanas. *QUIPUKAMAYOC*, 23(44), 09-17. <https://pdfs.semanticscholar.org/ecf1/2ee509853c43a0bdfd9dbf62c3b69042800e.pdf>
- Guzman, E., & Manrique, J. (2018). *El financiamiento y la utilidad contable en las micro y pequeñas empresas de la localidad de Huancavelica, periodo - 2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Huancavelica]*. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Huancavelica. <https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2454/TEISIS-CONTABILIDAD-2018-GUZMAN%20CARRIZALES%20Y%20MANRIQUE%20CAYETANO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, A. (2018). *Consecuencias de no declarar los ingresos obtenidos por enajenación de casa habitación, donación y adjudicación por herencia [Tesis de Magíster, Universidad Autónoma de Baja California]*. Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Baja California. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/bitstream/20.500.12930/684/1/ENS089147.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Christian, M. (2018). *Metodología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta Séptima edición*. Mc Graw Hill Education. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Huerta, J., Matos, I. H., & Patiño, H. A. (2018). *Creación de valor compartido en el sector farmacéutico [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del*

Perú]. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/10043>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Septiembre de 2021). *Demografía Empresarial en el Perú*. Demografía Empresarial en el Perú: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_4.pdf
- Laura-Chiluisa, M. E., Chaluisa-Chaluisa, S. F., & Mancheno-Saá, M. J. (2020). Gestión de proveedores un ramal de conocimiento de la logística moderna. *Revista Científica Ciencias económicas y empresariales*, 5(17), 83-104. doi:10.23857/fipcaec.v5i5.186
- Lizarazo, K. J., & Domínguez, S. I. (2018). Análisis cualitativo del puerto y el municipio de Buenaventura desde la perspectiva del valor compartido: "la miseria en medio de la opulencia". http://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/11344/1/2018_buenaventura_valor_compartido.pdf
- Lozano, G., & Tenorio, J. J. (2016). El sistema de control interno: Una herramienta para el perfeccionamiento de la gestión empresarial en el sector Construcción. *Accounting power for business*, 1(1), 49-59. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/896
- Melamed-Varela, E., Blanco-Ariza, A. B., & Rodríguez-Calderón, G. (2018). Creación de valor compartido: estado y contribuciones a la sostenibilidad corporativa. *REVISTA EAN*(85), 37-56. doi:10.21158/01208160.n85.2018.2047
- Méndez, M., & Gómez, M. (26 de octubre de 2017). Factores incidentes para crear valor compartido en las mipymes de Bogotá. *KONRAD LORENZ*, 8(18), 96-105. doi:10.1016/j.sumneg.2017.10.003
- Mendoza, A., Florez, A., Reyes, D., & Rosas, J. (2017). *Valor compartido desde las prácticas ecoeficientes en empresas de manufactura de materiales para Construcción en Colombia [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]*. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8794/MENDOZA_FLOREZ_VALOR_COLOMBIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Monge, N., & Allamand, A. (2016). Innovación Social y valor compartido: el cambio de paradigma de la intervención social empresarial. 71-92. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/9908/1/Libro_Innovaci%C3%B3n%20social%20latinoamerica.pdf#page=65.
- Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, responsabilidad social corporativa (RSC) y creación de valor compartido (CVC). *GCG GEORGETOWN UNIVERSITY - UNIVERSIA*, 7(3), 76-88. doi:10.3232/GCG.2013.V7.N3.05

- Norma Internacional de Contabilidad. (2021, 24 de noviembre). *Norma Internacional de Contabilidad 37: Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes*.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3109241/NIC%2037.pdf?v=1652832932>
- Olivera, L. (2017). *El estudio de factibilidad en los proyectos de inversión [Tesis de Licenciatura, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas]*. Repositorio Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
<https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/9102/Orlando%20Olivera%20Ojito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Oscó, M., Yépez, J., Reyes, Y., & Berrospi, E. (2017). *Valor compartido en el sector construcción civil [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]*. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8809/OSCO_REYES_VALOR_CONSTRUCCION.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Palmero, S. (2021). *La enseñanza del componente gramatical: el método deductivo e inductivo [Tesis de Maestría, Universidad de La Laguna]*. Repositorio Institucional de la Universidad de La Laguna.
<http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23240>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*.
<https://www.iarse.org/uploads/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>
- Prieto, N., & Gómez, M. (2017). La generación de valor compartido en entidades del sector público: estudio de caso en una entidad distrital de Bogotá. 7(2), 48-57.
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1875/1727>
- Richard, E. H. (2019). Concepto de sociedad.
<https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/11872/CDS14010189.pdf?sequence=1>
- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2018). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. 39(06), 11.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Rutgerd, B., Cremers, L., & Zwateveen, M. (2011). *Justicia Hídrica. Acumulación, conflicto y acción social*. LIMA: FONDO EDITORIAL.
<https://www.researchgate.net/publication/254840256>
- Sachun, F. (2021). Impacto de la táctica de negociación "Ganar - Ganar" sobre la creación de valor compartido de los proyectos residenciales de unidades "Premium" localizados en Santiago de Surco desde un ángulo estratégico - gerencial. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. *Repositorio Institucional de la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas*. <http://hdl.handle.net/10757/653048>

- Salcedo, R., & Molina, W. (2017). *Importancia de la organización en el desarrollo social, en el recinto Buijo histórico del Cantón Samborondón y la parroquia Salinas del Cantón Guaranda, periodo 2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]*. Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23571/1/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION.pdf>
- Sanchez, C. (2018). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa comercial Arels SRL hUACHO, 2015 [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote]*. Repositorio Institucional de la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2771/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_CYNTHIA_LUZ_SANCHEZ_INTA.pdf?sequence=1
- Sánchez, L. Y., & Rodríguez, J. E. (2019). Descripción de las características del valor compartido: estudio de casos de éxito de las compañías Cafam, Cine Colombia y Nestlé, y su adaptación al sector turístico de Bogotá.
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8131/1/2019_Caracteristicas_Valor_Compartido.pdf
- Sánchez, S. (2020). *Metodología para aplicar el concepto de valor compartido en las PYMES Colombianas: caso aplicado a SOTECOL SAS [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana]*. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52526/Trabajo%20de%20grado%20Sergio%20S%c3%a1nchez%20V%204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santana, A. d. (2016). *El cumplimiento de las Normas Ambientales y su relación con la competitividad de las PYMES del sector curtiembre del cantón Ambato, 2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]*. Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato.
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23945/1/T3769e.pdf>
- Umaña, M. V. (2020). Midiendo el impacto del valor compartido: el caso de negocios. 9. doi:10.5377/aiunicaes.v9i0.10240
- Urquiaga, E. M. (2021). La responsabilidad ambiental de la gerencia de gestión ambiental de la Municipalidad Provincial del Santa. *Revista Scientific - Artículo Arbitrado*, 6(21), 180-200. doi:10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.21.9.180-200
- Vaca, S., Ortega, Y., & Moreno, K. (2018). Valor compartido sostenible: un enfoque multidimensional para la gestión estratégica de la empresa. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 17, 65-77. doi:10.33789/enlace.17.42

- Valles, A. (2019). *Propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales sector comercio, rubro compra y venta de triplay del distrito de Callería, 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/12002/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_VALLES_VASQUEZ_AMALIA.pdf?sequence=1
- Vives, A. (2012). Compartir el valor creado versus crear valor compartido. *Revistas Científicas de América Latina*, VII(14), 5-8. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634368001>