

ANÁLISIS DE CAPACIDADES GERENCIALES PARA LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO Y SOSTENIBILIDAD EN LAS PYMES



INTRODUCCIÓN



La creación de valor compartido (CVC) permite a las empresas generar valor económico junto con bienestar social y ambiental, integrando el progreso económico y social. Esta investigación examina cómo los gerentes de PYMEs en Barranquilla perciben la CVC y su relación con la sostenibilidad ambiental, proporcionando un modelo cuantitativo que evalúa su impacto en el desempeño ambiental y económico de estas empresas.

¿Cómo perciben los gerentes de las PYMEs de Barranquilla la CVC y cuál es su relación con la sostenibilidad ambiental?



OBJETIVOS



Investigar empíricamente cómo los gerentes de las PYMEs locales perciben e interpretan la CVC y establecer sus determinantes.

Determinar la magnitud de la percepción que tienen los gerentes de las pymes de Barranquilla sobre la CVC y su relación con la sostenibilidad ambiental.

Medir el grado de influencia que tiene la sostenibilidad ambiental en las decisiones gerenciales de las PYMEs.

Desarrollar un modelo que cuantifique el valor económico de las preferencias de los gerentes para implementar un programa de sostenibilidad ambiental.

RESULTADOS ESPERADOS

CONTRIBUCIÓN A LA COMPETITIVIDAD Y REPUTACIÓN DE LAS PYMES

REFERENCIA PARA EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN PAÍSES EN DESARROLLO



PROMOCIÓN DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES SOSTENIBLES



INNOVACIÓN

Aplicación de modelos estadísticos avanzados (ecuaciones estructurales y regresión) para un análisis detallado de la sostenibilidad en PYMEs.



Estudio centrado en PYMEs de Barranquilla, un segmento poco investigado en el contexto de valor compartido y sostenibilidad.

Desarrollo de un modelo de CVC adaptado y aplicable a PYMEs, permitiendo su implementación en otros contextos con necesidades similares.



- C. Prahalad and V. Ramaswamy, "Co-creation experiences: The next practice in value creation," Journal of Interactive Marketing, vol. 18, no. 3, pp. 5–14, 2004.
- Porter and M. Kramer, "Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility," Harvard business review, vol. 84, pp. 78–92, 163, 01 2007
- Osburg and R. Schmidpeter, Social Innovation: Solutions for a Sustainable Future. 01 2013.
- A. Crane, G. Palazzo, L. Spence, and D. Matten, "Contesting the value of 'creating shared value'," California management review, vol. 56, pp. 130–153, 02 2014.
- C. Dubois and D. DuBois, "Strategic hr as social design for environmental sustainability in organization," Human Resource Management, vol. 51, pp. 799–826, 11 2012.
- R. Awale and S. Rowlinson, "A 'creating shared value' (csv) concept for achieving firm competitiveness in the hong kong construction industry," 06 2015.
- S. Sojamo and E. Larson, "Investigating food and agribusiness corporations as global water security, management and governance agents: The case of nestlé, bunge and cargill," Water Alternatives, vol. 5, pp. 619–635, 10 2012.
- Friedman, "Sustainable development, esg performance and company market value: Mediating effect of financial performance," Business Strategy and the Environment, vol. 31, 04 2022.
- M. Agudelo, L. Johannsdottir, and B. Davidsdottir, "A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility," 01 2019.
- K. Dembek, P. Singh, and V. Bhakoo, "Literature review of shared value: A theoretical concept or a management buzzword?," Journal of Business Ethics vol. 137, 02 2015.