

# Análisis de capacidades gerenciales para la creación de valor compartido y sostenibilidad en las Pymes

Guillén León López  
Juan José Restrepo Rosero

Director:  
Gustavo Adolfo Arteaga Botero



Pontificia Universidad Javeriana de Cali  
Facultad de Ingeniería y Ciencias  
Maestría en Ciencia de Datos  
Anteproyecto de Grado  
22 de octubre de 2024

Santiago de Cali, 22 de octubre de 2024.

Señores,  
**Pontificia Universidad Javeriana - Cali**  
Dr. Diego Luis Linares Ospina  
Director de la Maestría en Ciencia de Datos  
Cali

Cordial Saludo,

Por medio de la presente me permito informarles que los estudiantes de la Maestría en Ciencia de Datos, Juan José Restrepo Rosero (cod: 8939280) y Guillen León (cod: 9014045), trabajan bajo mi dirección en el proyecto de grado titulado “Análisis de capacidades gerenciales para la creación de valor compartido en las Pymes de Barranquilla”

Atentamente,

---

Gustavo Adolfo Arteaga Botero

Santiago de Cali, 22 de octubre de 2024.

Señores,  
**Pontificia Universidad Javeriana - Cali**  
Dr. Diego Luis Linares Ospina  
Director de la Maestría en Ciencia de Datos  
Cali.

Cordial Saludo.

Nos permitimos presentar a su consideración el proyecto de grado titulado “Análisis de capacidades gerenciales para la creación de valor compartido y sostenibilidad en las Pymes” con el fin de cumplir con los requisitos exigidos por la Universidad y optar al título Magíster en Ciencia de Datos.

Al firmar aquí, damos fe que entendemos y conocemos las directrices para la presentación de trabajos de grado de la Facultad de Ingeniería y Ciencias aprobadas el 26 de Noviembre de 2009, donde se establecen los plazos y normas para el desarrollo del anteproyecto y del trabajo de grado.

Atentamente,

---

Juan José Restrepo Rosero  
Código: 8939280

---

Guillén León López  
Código: 9014045

## Resumen

Actualmente, existe un creciente interés entre las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) por desarrollar modelos de negocio que se alineen con la sostenibilidad ambiental y la creación de valor compartido (CVC). Esta investigación tiene como objetivo investigar empíricamente cómo los gerentes de las PYMEs locales perciben e interpretan la CVC, y en qué medida las decisiones gerenciales favorecen el desarrollo de un modelo de sostenibilidad ambiental, con la CVC como la principal variable explicativa. Para ello, se utilizará un cuestionario que evaluará las percepciones de los gerentes sobre la CVC y los factores que influyen en el diseño e implementación de un modelo de sostenibilidad ambiental. Se proponen tres herramientas estadísticas: modelos de ecuaciones estructurales, regresión múltiple y método de valoración contingente, para medir los objetivos del estudio.

Como contribución novedosa, se espera que esta investigación aporte un modelo de gestión estratégica que pueda servir a las PYMEs de Barranquilla en la planificación empresarial, alineando las actividades de CVC con la sostenibilidad ambiental.

La estructura de este documento es la siguiente: El primer capítulo presenta los antecedentes, el planteamiento y la justificación del problema. En el segundo capítulo, se exponen los objetivos que buscan solucionar este problema. En el tercer capítulo, se mencionan los alcances y limitaciones. El cuarto capítulo detalla los marcos teóricos y conceptuales que sirven de guía para resolver los desafíos del proyecto. En el quinto capítulo, se explica la metodología a seguir para el desarrollo del proyecto. El sexto capítulo define los resultados esperados, y finalmente, se establecen los recursos humanos y técnicos necesarios.

**Palabras Claves:** Creación de valor compartido, sostenibilidad, capacidades gerenciales, modelos de ecuaciones estructurales, regresión múltiple, método de valoración contingente.

---

## Abstract

Currently, there is a growing interest among small and medium-sized enterprises (SMEs) in Barranquilla to develop business models that align with environmental sustainability while creating shared value. This research aims to empirically investigate how local SME managers perceive and interpret shared value creation (SVC) and the extent to which managerial decisions promote the development of an environmentally sustainable model, with SVC as the key explanatory variable. To achieve this, a questionnaire will be used to assess managers' perceptions of SVC and the factors influencing the design and implementation of an environmental sustainability model. Three statistical tools—structural equation modeling, multiple regression, and contingent valuation method—are proposed to measure the study's objectives.

As a novel contribution, this research is expected to provide a strategic management model that can assist SMEs in Barranquilla in aligning their business planning with SVC activities that promote environmental sustainability.

The structure of this document is as follows: The first chapter outlines the background, problem statement, and justification of the study. The second chapter presents the objectives aimed at addressing the problem. In the third chapter, the scope and limitations are discussed. The fourth chapter details the theoretical and conceptual frameworks that guide the resolution of the challenges in the project. In the fifth chapter, the methodology for the project's development is explained. The sixth chapter defines the expected results, and finally, the necessary human and technical resources are outlined.

**Keywords:** Shared value creation, sustainability, managerial capacities, structural equation modeling, multiple regression, contingent valuation method.

# Índice general

<b>1. Introducción</b>	<b>7</b>
1.1. Antecedentes . . . . .	7
1.2. Definición del problema . . . . .	8
1.3. Justificación . . . . .	8

# Capítulo 1

## Introducción

### 1.1. Antecedentes

Desde hace algunos años, el concepto de creación de valor compartido resulta de gran interés en el ámbito de la gestión empresarial. Los primeros exponentes de la CVC, Prahalad y Ramaswamy (1), encuentran en este nuevo concepto una oportunidad para que las empresas creen valor y desarrollen nuevas fuentes de ventaja competitiva. Posteriormente, Porter y Kramer en (2) plantean la CVC como un nuevo propósito para las empresas, sincronizando el progreso de la economía y la sociedad para mejorar sus propias ventajas corporativas. El concepto de CVC surge como respuesta a la carencia de argumentos de la RSE (3)

Particularmente, la CVC señala que las actividades comerciales pueden crear valor a través de aspectos económicos y sociales e incorpora un análisis más profundo de por qué las empresas deben interesarse por las preocupaciones sociales que no aborda el concepto de RSE. No obstante, también ha creado controversias, pues para algunos autores la CVC es complementaria a la RSE como un concepto adicional que estudia el papel de la empresa en la sociedad (4). (5), también señalan que el concepto es parte de la sostenibilidad, aunque está lejos de la idea original.

En todo caso la literatura insiste que la conceptualización y diferencia entre CVC y la RSE sigue sin estar clara, a pesar de algunas propuestas de marcos conceptuales de la CVC-RSE que buscan articular los problemas sociales y oportunidades comerciales como estrategia para crear ventajas corporativas (6). Sin embargo, esta explicación conceptual no está respaldada por un análisis empírico, ni proporciona un método detallado para lograr una ventaja competitiva con la CVC. En ese sentido, esta investigación pretende contribuir a esclarecer los puntos de vista conflictivos de la literatura de CVC, a partir del examen empírico de la CVC con un modelo de sostenibilidad ambiental para las pequeñas y medianas empresas de Barranquilla.

Así mismo, la sostenibilidad ambiental y la gestión empresarial han recibido mucha atención y varios estudios resaltan su importancia (7). La preocupación ambiental cada vez es mayor en las empresas y puede jugar un papel crucial en el diseño de estrategias para lograr un desarrollo sostenible (8). Sin embargo, se carece de datos para describir sistemáticamente cómo implementar y evaluar cuantitativamente la CVC y los resultados de sostenibilidad ambiental, principalmente en las Pymes

de países en desarrollo.

## 1.2. Definición del problema

La sostenibilidad ambiental es uno de los principales temas de estudio en todos los campos del conocimiento, y la sociedad en su conjunto se preocupa cada vez más por los impactos ambientales de las empresas. Especialmente para las pequeñas y medianas empresas, la sostenibilidad ambiental se vuelve cada vez más importante, pues su participación en la cadena de valor de las grandes empresas genera mayores oportunidades cuando cumplen con las normas de cuidado y preservación del medio ambiente.

En ese sentido, las pequeñas y medianas empresas necesitan crear valor compartido para competir en un entorno más sostenible, y la CVC constituye una oportunidad de crecimiento sostenible que ayuda a la consecución conjunta de valor social y empresarial (9). Este análisis integral de la CVC no solo requiere del entendimiento teórico y conceptual, sino que necesita ser medido para evaluar tanto los impactos negativos como los positivos, así como los efectos a corto y largo plazo. Algunos autores sugieren medir la CVC considerando todas las partes interesadas afectadas (10).

Adicionalmente, la mayor parte de la investigación de CVC se ha centrado en algunos grupos de interés, principalmente en grandes empresas de países desarrollados, por lo que se necesita investigar empíricamente la CVC y su relación con la sostenibilidad en el contexto de las Pymes de países en desarrollo utilizando indicadores y técnicas estadísticas para evaluar y estimar el grado de contaminación ambiental. Por tanto: “Saber cómo los gerentes de las Pymes de Barranquilla perciben e interpretan la CVC y su relación con la sostenibilidad ambiental” constituye el problema a investigar. Adicionalmente, se formulan las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es la magnitud de la percepción que tienen los gerentes de las Pymes de Barranquilla sobre la CVC?
2. ¿Qué grado de influencia tiene la sostenibilidad ambiental en las decisiones gerenciales de las Pymes?
3. ¿Cuál es la valoración económica de las preferencias de los gerentes de las Pymes por un programa de sostenibilidad ambiental?

## 1.3. Justificación

Dado que actualmente existen escasos enfoques prácticos que respalden la importancia de la CVC y que exploren qué variables tienen un impacto positivo en la sostenibilidad ambiental de las Pymes; resulta necesario este tipo de investigaciones empíricas que ofrezcan evidencia cuantitativa de las actividades de CVC desarrolladas por las Pymes. El estudio empírico de la CVC permitirá conocer en qué



medida las Pymes están creando valor compartido con sostenibilidad ambiental, lo cual resulta importante para estas empresas a efectos de conocer el grado en que el desempeño ambiental puede mejorar el valor económico de las Pymes.

Adicionalmente, la revisión de la literatura en este ámbito revela la ausencia de trabajos de este estilo para Colombia, por lo que la contribución principal de este proyecto radica precisamente en contribuir a la literatura de la CVC de países en desarrollo, evaluando la percepción que los gerentes de las Pymes de Barranquilla tienen de la CVC, sus determinantes y resultados en materia ambiental.

# Bibliografía

- [1] 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.
- [2] M. 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.
- [3] T. Osburg and R. Schmidpeter, *Social Innovation: Solutions for a Sustainable Future*. 01 2013.
- [4] 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.
- [5] C. Dubois and D. DuBois, “Strategic hrm as social design for environmental sustainability in organization,” *Human Resource Management*, vol. 51, pp. 799–826, 11 2012.
- [6] R. Awale and S. Rowlinson, “A ‘creating shared value’ (csv) concept for achieving firm competitiveness in the hong kong construction industry,” 06 2015.
- [7] 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.
- [8] Friedman, “Sustainable development, esg performance and company market value: Mediating effect of financial performance,” *Business Strategy and the Environment*, vol. 31, 04 2022.
- [9] M. Agudelo, L. Johannsdottir, and B. Davidsdottir, “A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility,” 01 2019.
- [10] 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.