

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

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

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autoras

Erica Jhoana Ruiz Villena

Fanny Jhysenia Quiliche Vasquez

Asesor:

Mg. Sarai Nelly Saman Chingay

<https://orcid.org/0000-0001-5322-1497>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Raul Santiago Bacigalupo Lago	07785331
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Rafael Andrés Trucios Maza	10734277
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Carlos Alberto Pastor Casas	18089419
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

A mi familia por ser un soporte, darme la suficiente fuerza para seguir adelante y ayudarme a lograr mis metas propuestas que se van realizando poco a poco

Erica Jhoana

A familia por su apoyo constante, por entregarme su confianza y enseñarme a ser una persona perseverante para así lograr mis objetivos en la vida.

Fanny Jhysenia

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por permitirme seguir adelante, gracias a mi familia por ser un soporte e impulsarme a terminar mi carrera, gracias a la Universidad y docentes por formarme profesionalmente y ser cómplices de todo el proceso de aprendizaje

Erica Jhoana

Gracias a Dios por siempre llenarme de bendiciones y haber llegado satisfecha a esta etapa de mi vida, a mi familia por estar incondicionalmente conmigo, gracias a la Universidad y docentes por darme críticas constructivas y ser mi guía en el desarrollo de esta investigación.

Fanny Jhysenia

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	22
1.3. Objetivos	22
1.4. Hipótesis	23
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	24
CAPÍTULO III: RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	44
REFERENCIAS	53
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1 Distribución de la Población.....	26
Tabla2 Escala de medición de la encuesta.....	27
Tabla3 Prueba de Normalidad.....	29
Tabla4 Valor porcentual moda - Dimensión Valor Económico.	32
Tabla5 Valoración porcentual moda - Dimensión valor social	33
Tabla6 Valoración Porcentual moda - Dimensión valor ambiental.	34
Tabla7 Valoración porcentual moda- Dimensiones del valor compartido.....	35
Tabla8 Valoración porcentual moda- Dimensiones de la sostenibilidad.	35
Tabla9 Relación entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	36
Tabla10 Relación entre valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	37
Tabla11 Relación entre el valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	38
Tabla12 Relación entre el valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	39
Tabla13 Correlación de Pearson para el Valor Compartido y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.	40
Tabla14 Correlación de Pearson para el Valor Económico y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.	41
Tabla15 Correlación de Pearson para el Valor Social y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.	42
Tabla16 Correlación de Pearson para el Valor Ambiental y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.	43
Tabla17 Rango de Edades.	63
Tabla18 Género de Colaboradores.	65
Tabla19 Puesto de Colaboradores.	67
Tabla20 Procedencia de Colaboradores.	69
Tabla21 Pago de salarios de Colaboradores.	71

Tabla22 Participación en compras a proveedores.....	73
Tabla23 Bonos y utilidades.	75
Tabla24 Crear nuevos empleos.	77
Tabla25 Gestión de Riesgos.	79
Tabla26 Toma de decisiones.....	81
Tabla27 Estabilidad de Proveedores.	83
Tabla28 Satisfacción a los clientes	85
Tabla29 Residuos.	87
Tabla30 Auditoría ambiental.	89
Tabla31 Transparencia ambiental.....	91
Tabla32 Multas ambientales.	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1 Diagrama de Tipo de diseño.....	25
Figura2 Correlación Valor compartido y Sostenibilidad.....	31
Figura3 Rango de Edades.....	64
Figura4 Género de los colaboradores.	66
Figura5 Puesto de Trabajo.....	68
Figura6 Procedencia de Colaboradores.....	70
Figura7 Pago de Salario.....	72
Figura8 Participación de compra.....	74
Figura9 Bonos y Utilidades.	76
Figura10 Crear nuevos empleos.....	78
Figura11 Gestión de Riesgos.	80
Figura12 Toma de decisiones.	82
Figura13 Estabilidad de proveedores.....	84
Figura14 Satisfacción de los clientes.....	86
Figura15 Residuos.....	88
Figura16 Auditoría ambiental.....	90
Figura17 Transparencia ambiental.	92
Figura18 Multas ambientales.....	94

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Relación entre valor compartido y sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020”, se obtuvo como objetivo determinar la relación entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL. La investigación fue de tipo básica- teórica, nivel correlacional, diseño no experimental - transversal. La muestra del estudio fue a 30 colaboradores. Los resultados señalan que las variables sometidas a la prueba estadística de Pearson, obtuvo un coeficiente de correlación de 0,971, la cual implica una correlación positiva muy fuerte y el nivel de significancia bilateral=0,000 evidenciando estadísticamente la aceptación de la hipótesis alternativa. Una organización enfocada al Valor Compartido tiene una mayor posibilidad de ser rentable y sostenible a largo plazo.

PALABRAS CLAVES: Valor compartido, Valor económico, Valor social, Valor ambiental y Sostenibilidad.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, la globalización acelerada ha generado cambios notorios en agentes económicos, sociales y ambientales, debido a que se ha tomado una mayor importancia al beneficio que una empresa puede darle a la sociedad y lo que se pueda obtener. Se dice que las principales causas de los problemas sociales que existen es la prioridad en las empresas, porque solo se benefician a costas del resto de la comunidad e ignoran por completo que su propósito debe ser redefinido con su entorno, ocasionando diferentes enfrentamientos y malos manejos. Esta pérdida de confianza lleva a que los líderes políticos tomen medidas que debilitan la competitividad y el crecimiento económico.

Por eso, durante varios años las empresas se estabilizaron solo económicamente dejando de lado la parte social, sin embargo; dada la siguiente necesidad de enfrentar el mejor funcionamiento de la sociedad para prosperar, se obtiene la inclusión y mayor compromiso en su entorno, asegurándose de una sostenibilidad y competitividad a largo plazo. Para entender dicho impacto se ha considerado nuevos conceptos para que su vínculo en su operación y grupo de interés, evolucione de la simple filantropía, pasando por la responsabilidad social y luego a la generación de valor compartido integrando así también la sostenibilidad (Polanco et al., 2016).

A nivel internacional, una empresa que abordó los términos descritos, fue Nestlé, en el 2008 fue considerada una organización exitosa y pionera, caracterizada por crear valor no solo para sus accionistas, si no también inclusión social siendo sus proveedores de leche su alianza estratégica generando un impacto social perdurable con el tiempo, así mismo se optó por nuevas estrategias basadas en lo ambiental que se proyectan quedarse para mejorar

calidad de vida de la comunidad, económicamente, ambientalmente y socialmente (Demirkol & Chanpot, 2021).

A nivel de Latinoamérica, a través de la Cámara de Comercio de Bogotá, en el 2013 se creó el premio de valor compartido, un reconocimiento a las organizaciones para que con un negocio rentable logre sostenibilidad mejorando las condiciones sociales, económicas y ambientales (Gómez et al., 2017).

En Perú, para considerar una perspectiva estratégica e innovadora empresarial con finalidad de inclusión social y económica en el 2008 se inicia el proyecto “Productos Turísticos Socialmente Responsables”, en la comunidad de Misminay en la ciudad de Cuzco, con cien personas trabajando para el proyecto hasta el año 2015. La finalidad del proyecto fue el impacto de la mejora notable en la calidad de vida, desde la salud y la economía hasta la educación de los niños, por otro lado, se capacitó en el servicio turístico. Donde, se empiezan a dar cuenta que el valor compartido parte desde la pobreza extrema en zonas rurales, y se concluye con la relación de las necesidades sociales con la cadena de valor, facilitando productos y servicios que se consideren beneficiosos para el medio ambiente por medio de la eficiencia generando empoderamiento a los proveedores de menos recursos para una mejor productividad y calidad de vida (Parra, 2017).

En Cajamarca, hay propuestas que inician desde una necesidad, ejemplo de ello; productores de quesos de las redes formadas en la provincia de Hualgayoc, teniendo en cuenta las pocas empresas manufactureras netas, se parte desde una necesidad en el 2010, por el programa “RedyPac”- de la entidad de CEDEPAS Norte. El proyecto permitió involucrar a la sociedad y economía midiendo el nivel del valor compartido que presenta la empresa, enfocados en atender mejora de la innovación y búsqueda de nuevos mercados para mayor productividad, sin embargo; de manera simultánea se encontraron deficiencias,

siendo el motivo principal la preocupación por el dinero, sobrevivencia y la falta de capacitaciones con las personas que proveen materias primas, no hay una responsabilidad, existe menos compromiso entre la sociedad (Díaz y Llamo, 2019).

Respecto a lo señalado a nivel de Cajamarca cabe resaltar a la empresa 111 Consulting Group S.R.L. posicionada en el distrito de Bambamarca, dedicada al cuidado, seguridad del trabajador y comprometida con el apoyo del medio ambiente por su trayectoria y su actividad de casi 6 años en el mercado, se dedica a prestar servicios de consultoría y a ejecutar obras civiles en el sector de construcción. Se observa que está enfocada a una perspectiva social que fomenta el empleo para el personal proveniente de la zona de realización de trabajo y brinda un buen servicio a los clientes con innovación y creatividad; además, se evidenció que presenta análisis económico un poco débil y respecto al valor ambiental se ha implementado iniciativas. Es por eso que se destaca la importancia de que una organización se enfoque en grandes desafíos sociales, económicos y ambientales; es decir, el progreso del valor económico empresarial, está relacionada y depende de la creación de valor para la sociedad para generar un valor compartido y ser sostenible con el tiempo.

El valor compartido se creó para un resultado positivo en la economía de las empresas que contribuya con la sociedad, teniendo una responsabilidad mancomunada y ambiental garantizando una sostenibilidad en la empresa. Así mismo, el concepto del valor compartido se relaciona con diversos sectores de organizaciones, con mayor énfasis en las industrias de gas, petróleo, mina y construcción; por motivo que se conoce una mayor necesidad en la comunidad para obtener un impacto en la sociedad que en algunas compañías son escasas.

Cabe señalar que en el rubro de construcción se ha descuidado, su accionar en la formación de individuos responsables y eficientes que sepan la importancia de manejar un entorno satisfecho y consciente, por eso, son pocas las organizaciones peruanas que

manifiestan una alineación de su capacidad de valor compartido para generar un impacto y compromiso social. Sin embargo, se considera necesario informar el estado de las empresas del 2020 en referencia según el informe Demografía Empresarial en el Perú, en el primer trimestre del año 2020, se dieron de baja 30 mil empresas aproximadamente a nivel nacional, en Cajamarca se dieron de baja 623 empresas. A comparación con el primer trimestre del año anterior, se presentó una variación negativa, entre las principales actividades que se dieron de baja fue la actividad de construcción, (-43,5%), dicho informe señala que una de las principales causas fue la falta de implementación de la sostenibilidad, puesto que carecen de credibilidad, confianza, buena reputación, innovación y productividad (*Demografía Empresarial en el Perú, 2020*).

Se considera en un comienzo la teoría del valor que nació como respuesta a un entorno fundamental de la economía, porque, de acuerdo a los preceptos de la economía política y social, los individuos buscan ser autónomos a través del dinero, por lo que se deduce que crear valor es importante por sus principios que se pueden expresar de, manera cuantitativa; es, “La maximización del rendimiento de la inversión de los accionistas en el largo plazo. La aportación de valor debe extenderse al mayor número de actividades posibles dentro de la organización”(Enrique, 2007).

De las evidencias anteriores, en este punto, se extraen algunas perspectivas que permiten contextualizar el constructor de la teoría del valor compartido sostenible, al iniciar a construir características del valor en la dimensión sostenible pasa a ser un concepto de un nivel más elevado porque la creación del valor compartido es una teoría que se compone entre el interés económico y el bienestar social, es posible conectarla con el valor sostenible; dicho de otra manera, en materia corporativa las empresas lograrán resultados más exitosos en la medida que políticas alcancen un nivel superior frente a sus competidores, no solo

creando oportunidades de desarrollo, sino también involucrándose con sentido de pertenencia y compromiso por el uso cuidadoso y responsable de los recursos, algo que si es factible (Vaca et al., 2018).

El concepto de valor compartido según Porter y Kramer (2011), señalan de las políticas y prácticas operativas que ayudan a mejorar la economía y el ámbito social de su entorno. Se considera que la creación de valor compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económicos y sociales.

Se considera las perspectivas de Sanchis y Campos (2019), los autores afirman que, los valores más importantes son el económico y social, denominados valor compartido que garantiza la sostenibilidad de una organización, y ello solo influye en gran medida con los resultados de su trabajo.

Las dimensiones del valor compartido, se dividen en tres:

Según Cherres, et al.,(2017), consideran las siguientes dimensiones:

Valor económico, es un valor real y directo que involucra a cada grupo de interés que se relaciona, indicando que son los siguientes, como accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, y su entorno, sin embargo, las principales directas que se consideran son: a) pago de dividendos para accionistas, b) sueldos y salarios de los colaboradores, c) otorgamiento de líneas de crédito para cliente, d) pago por sus productos o servicios a los proveedores, e) el pago a la renta, y f) recursos destinados a la comunidad.

Valor Social, es un valor intangible y tangible, formando un conjunto de impactos en la sociedad, se consideran los siguientes: a) políticas de balance de género, b) la inversión de obras en comunidades, c) calidad de servicio al cliente, y c) eficiencia de reclamos por parte del cliente.

Valor Ambiental, es un valor directo tangible e intangible, formado por grupos de impactos medioambientales el Banco Continental, indica que también puede ser indirecto, ya que se reconoce la necesidad y legitimidad de valoración; es decir, reconocen la existencia de los valores asociados con la conservación y uso sostenibles de recursos, así mismo existen tipos de valoraciones económicas y no económicos ambientales se conoce los siguientes: a) uso de recursos ambientales sostenibles, b) conservación, y c) prácticas eco-eficientes.

Desde un enfoque más abreviado según, Vaca, et al. (2018), afirman que el valor compartido desde un punto de vista general de la realidad sostenible como estrategia empresarial, constituye, en este tiempo lo principal para que se aseguren de las organizaciones, garantizando su continuidad en el futuro porque incuestionablemente, desarrollo sostenible es una nueva cultura: una nueva conciencia ecológica, económica y ética hacia el ser humano y ambiente; así como una postura conservacionista de los recursos que garanticen la sostenibilidad económica y social de los países. Debido a que las empresas han dejado de ser típicas filantrópicas responsables con el cumplimiento de las leyes y el pago de impuestos, transformándose en instituciones conscientes de su entorno social, que contribuyen a la mejora y el desarrollo social. Desde un enfoque general el desarrollo sostenible es un concepto en constante cambio y no presenta solo un significado.

Según Cayuela et al., (2005), mencionan que el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Distintos estudios determinan que el origen etimológico del vocablo que ha trascendido la realidad socio- económica, su génesis tiene origen en el adjetivo sostenible que proviene del latín “*sustenerere*”, que significa sostener o mantener elevado, con el significado literal de una perspectiva ecológica es el mantenimiento de la base de los recursos

naturales, la configuración de la esencia del ser o epistemología indica que los atributos de ecológicos de una especie, como la dinámica de sus poblaciones, con los usos productivos, los que a su vez dependían de su estrategia de desarrollo que seguía el país (Vaca et al., 2018).

De las evidencias anteriores, en este punto, para lograr comprender el campo de acción de la teoría que permiten contextualizar, a sus modelos: La sostenibilidad débil y la sostenibilidad fuerte, cuyo texto en términos generales pretende:

Se modificó los actuales modelos de desarrollo, incluyendo consideraciones ambientales estrictamente correctivas. Predomina un enfoque económico de la sostenibilidad, referido al mantenimiento en el tiempo de una renta sostenible que posibilite mayores cotas de consumo per cápita, más utilidad de recursos naturales y tecnológicos, y un mayor bienestar. La sostenibilidad se plantea como una nueva modalidad de eficiencia económica aplicada al uso de bienes y servicios del medio ambiente (Pérez y Llorente, 2006).

En contraste a lo expuesto, se enfoca hacia la existencia del aspecto rentable de las organizaciones; en otras palabras, este modelo pretende que las instituciones deben preocuparse de ser sostenibles económicamente, sin enfatizar en el impacto ecológico.

Se analiza según el anterior párrafo, la sostenibilidad fuerte, se da a cabo la responsabilidad adicional en el uso de los recursos y la conservación del medio ambiente “partiendo de la base de que las condiciones de incertidumbre, de ignorancia y de irreversibilidad en la degradación de los sistemas naturales, así como el agotamiento de los recursos, deben ser considerados por encima de los criterios de eficiencia economicista” (Pérez y Llorente, 2006).

En resumen, la certeza que reflejan los argumentos citados marca la evolución del desarrollo sostenible. Vivimos en estos momentos con gran interés a la responsabilidad en

recursos no renovables. Se puede entonces notar que es imprescindible el conocimiento científico de los términos de análisis para conducir el estudio en la dirección correcta.

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

Dimensión Económica, se puso en duda este modelo, que se consideraba un progreso y crecimiento en la población, sin embargo, se dan cuenta con la compatibilidad con la conservación del medio ambiente.

Dimensión Social, se propone por la gestión y conflictos ambientales ya que se relacionan dando resultados positivos.

Dimensión Ambiental, se propone tratando de imitar a la naturaleza y su importancia, teniendo en cuenta el reciclaje y los conflictos sociales que se viven.

También después de varios estudios según Vaca et al., (2018), define el enfoque sostenible del valor compartido en el que afirman que, la conservación, el crecimiento y la calidad de vida, representan el compromiso y la responsabilidad de los actores económicos y sociales, se debe aceptar la coincidencia simbiótica del valor compartido y el desarrollo sostenible.

Los antecedentes de investigaciones similares se realizaron con el fin de demostrar que la creación del valor compartido influye de manera positiva en la sociedad y en las empresas generando sostenibilidad empresarial, a continuación se presentan las investigaciones:

Gomez, et al., (2017), realizaron la investigación “*Diagnóstico del Concepto de Valor Compartido en el Sector de la Construcción de Vivienda en Colombia*”, tuvo como objetivo identificar la percepción del concepto de valor compartido en tres empresas de Bogotá. Con respecto a la metodología, el tipo de investigación fue descriptivo, con un

enfoque cuantitativo. En los resultados de la investigación se evidenció que el concepto de valor compartido en empresas de construcción aún es débil, sin embargo, el 100% de empresas de la muestra, implementan prácticas ecoeficientes de desarrollo sostenible; es decir, los programas ecoeficientes realizan un uso eficiente de los insumos agua, papel, energía y gestión de residuos en el desarrollo de la cadena de valor. Por lo tanto, si las empresas continúan desarrollando estas iniciativas e implementando la creación de valor compartido a largo plazo van a mejorar su competitividad y a la vez ayudarán a mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades donde operan.

La investigación “*Valor compartido desde las prácticas ecoeficientes en Empresas de Manufactura de materiales para construcción en Colombia*”, desarrollada por Mendoza, et al., (2017), tuvo por objetivo describir y analizar la medición del valor compartido a través de las prácticas ecoeficientes de Empresas de Manufactura de materiales para construcción en Colombia (EMMC). Con respecto a la metodología, el tipo de investigación fue descriptivo, con un enfoque cuantitativo y se basó en una encuesta a 3 empresas afiliadas a Cámara de Comercio de Colombia, el instrumento consta de datos de la empresa, gestión de la empresa, insumos usados por la empresa, procesos de mejora continúa implementado por la empresas y gestión de exhumo (salidas) generadas. Como resultado se obtuvo que el 88% de las empresas que se consideraron como muestra de la EMMC, abarcan la industria total del mercado de los principales insumos para la construcción como el cemento, hormigón y piedra (agregados). La información se obtuvo de los reportes de gestión publicados por las empresas por el 2014 y 2015. Es decir, las empresas se enfocan en políticas de gestión ecoeficientes principalmente en el recurso de agua, consumo de energía, y por último hacia el control de las emisiones de gases de efecto invernadero mediante la sustitución de combustible de origen fósil.

En la investigación “la Sostenibilidad, un camino para la industria de la construcción en Colombia” desarrollada por Rosero (2020), se tuvo por objetivo dar a conocer y evidenciar el crecimiento de la “construcción limpia”. La investigación se realizó en base a proyectos reales ejecutados de construcción sostenible. En los resultados obtenidos se demostró que desarrollar la sostenibilidad en las empresas del sector construcción genera un impacto positivo en el medio ambiente, mejora la calidad de vida de las personas y mayor rentabilidad empresarial.

La investigación “*Valor Compartido en el Sector Construcción Civil*”- Perú, desarrollada por Osco, et al.,(2017), tuvo por objetivo describir y analizar el nivel de conocimiento de preparación y aplicación del enfoque valor compartido en tres empresas constructoras de Lima. La metodología utilizada para la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental. Se analizó y midió los resultados bajo el enfoque de la creación de valor compartido tanto para la cadena de valor, en la relación con los StakeHolders (comunidad, medio ambiente, clientes, proveedores, accionistas, colaboradores) en cada una de las compañías. Finalmente, el resultado fue en tres empresas encuestadas del sector, sin embargo; en una pregunta de la encuesta hace referencia de la definición del concepto del valor compartido la cual fue confundida por el concepto de responsabilidad social. Por ende, se encontraban en un nivel bajo de conocimiento y aplicación de valor compartido, entonces lograr la sostenibilidad a largo plazo era menos probable.

Álvarez, et al., (2017), realizaron la investigación “*Valor Compartido en la Industria de Producción de Cemento en el Perú*”, tuvo como finalidad identificar hasta donde conoce y aplica dicho sector la estrategia de crear valor compartido. El estudio se realizó tomando como muestra a tres empresas: Unión Andina de Cementos, Cementos Pacasmayo y Yura

de Lima – Perú. El enfoque del estudio fue cuantitativo, el nivel descriptivo. En los resultados obtenidos de la investigación, se identificó que las empresas estudiadas desarrollan actividades que generan impacto positivo en la sociedad, de manera paralela generan beneficio económico para la empresa; a pesar de desarrollar estas actividades las empresas no lo declaran o mencionan en sus reportes. Por lo tanto, estas empresas tienen mayor posibilidad de integrar el modelo de creación de valor compartido en sus estrategias de desarrollo sostenible.

La investigación “Prácticas sostenibles en la construcción de viviendas de la avenida Coronel Baltazar de la Rosa, Huacho” – Perú, desarrollada por (Asis, 2019), tuvo como objetivo de la investigación evaluar las principales prácticas sostenibles en la construcciones de vivienda en la avenida coronel Baltazar de la rosa, su método de investigación fue no experimental y transversal en la cual se realizó una encuesta a las personas que empezaban su construcción con la finalidad de obtener los siguientes resultados el 65% no conoce las prácticas sostenibles, se considera que la modificación al paisaje es un problema ambiental con el 50%, un 30% contaminación al agua, un 10% a los suelos y ríos finalmente un 60% considera que ser amigable influenciaría reducción de costos y el 20% piensa lo contrario, las principales medidas que se pueden tomar para garantizar las prácticas sostenibles en la construcción de vivienda es mediante capacitaciones y los incentivos económicos.

En la investigación “Prácticas Sostenibles de Construcción en la Edificación - Residencial Los Delfines” desarrollada por Diaz (2018), tuvo por objetivo dar a conocer y evaluar el crecimiento de la “construcción sostenible”, ubicada en el distrito de Baños del Inca- Cajamarca, se busca una certificación LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, LEED por sus siglas en inglés), que es un sistema de certificación de edificios sostenibles, el estudio fue no experimental- descriptivo aplicando “LEED BD +C: nuevas

construcciones”, que aplica para las nuevas edificaciones, se obtuvo resultados de en un 90% profesionales que desconocen las prácticas sostenibles y 8 puntos en escala de 110 posibles apartados de proceso integrador, localización y transporte, innovación y prioridad regional. Por lo tanto, se concluye que no realizan prácticas sostenibles en la empresa siendo insuficiente para que el proyecto pueda obtener una categoría de edificio ecológico sostenible.

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

La justificación de la presente se da porque en los últimos años empresas inmersas en este rubro han presentado problemas a nivel de las comunidades cercanas solo generando un lucro económico sin involucrar al entorno social. De tal manera no basta con que las empresas cubran las necesidades de la sociedad, si no que utilicen diversos métodos, técnicas y herramientas que se permitan completar las necesidades sociales de nueva forma creando modelos de negocios innovadores, oportunidades y ventajas competitivas para generar una rentabilidad en las empresas y se mantenga en el transcurso del tiempo.

La presente investigación permite determinar la relación entre el valor compartido y la sostenibilidad. La justificación desde el punto de vista teórico; el valor compartido va más allá de responsabilidad social empresarial, mejorando las condiciones socioeconómicas en las comunidades donde operan y al mismo tiempo aumentando el beneficio financiero de las empresas. Esta investigación brindará información para toma de decisiones por parte de los

encargados de la empresa. Desde el punto de vista de la justificación social, los resultados permitirán crear estrategias para StakeHolders mostrando un impacto positivo para la sociedad, de esta manera la empresa lograría un beneficio económico.

1.2. Formulación del problema

Problema general

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

Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?
- ¿Qué relación existe entre valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?
- ¿Qué relación existe entre valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

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

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación entre valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

- Identificar la relación entre el valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.
- Identificar la relación entre el valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

H1: Existe relación positiva entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

H0: No existe relación positiva entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

1.4.2. Hipótesis específicas

- Existe relación positiva entre el valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.
- Existe relación positiva entre el valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.
- Existe relación positiva entre el valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El tipo de investigación es básica teoría, puesto que, se considera a la información, relevante, fidedigna y básica debido a que se busca aumentar y verificar objetivamente los conocimientos en cuanto a las dimensiones de las variables en estudio Hernández et al., (2014), señalan que la investigación científica es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos, que se aplica a diferentes estudios; además, puede ser evolutiva, cambiante y dinámica. Cumple con dos propósitos fundamentales: la primera es producir conocimiento y teorías en un momento determinado y la segunda es resolver problemas.

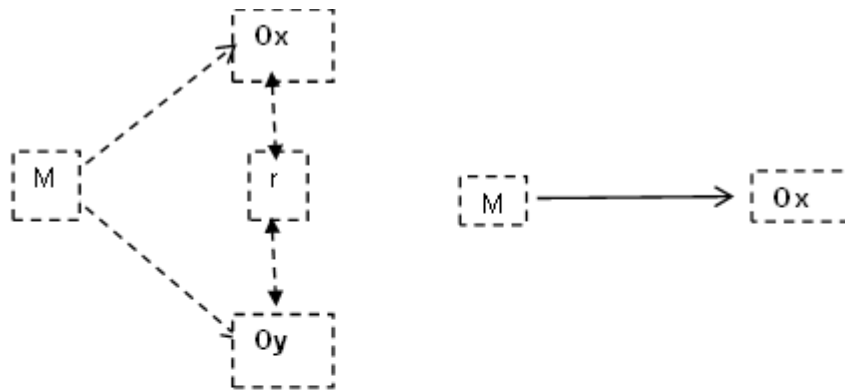
La investigación se basa en un enfoque cuantitativo porque los resultados se ven reflejados en análisis estadísticos. Según Hernández et al., (2014), la investigación cuantitativa es un conjunto de procesos secuenciales y probatorios. Parte de una idea que va acotándose para posteriormente derivar a los objetivos, preguntas de investigación, hipótesis y determinación de variables, posteriormente se prueba y mide las variables a través de procedimientos estandarizados y aceptados científicamente, finalmente se analizan con métodos estadísticos los resultados obtenidos de una población y muestra determinada.

Con respecto al nivel de investigación es de tipo correlacional; tiene como finalidad determinar la relación entre ambas variables, las cuales son: Valor compartido y Sostenibilidad, estas se miden mediante la aplicación de técnicas estadísticas para la estimación correlacional.

Hernández et al.,(2014), consideran que los estudios correlacionales tiene como objetivo conocer el grado de asociación o relación entre dos o más variables, categorías o conceptos de una muestra en particular. En la investigación correlacional se observa cómo se comporta un concepto o variable al conocer el comportamiento de otra variable vinculada.

Figura1

Diagrama de Tipo de diseño.



Dónde:

M = Muestra del personal que labora en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020

Ox = Observación Variable N° 1: Valor Compartido

Oy = Observación Variable N° 2: Sostenibilidad

r = Relación entre variables

Nota. Diagrama de tipo diseño en relación entre las variables sostenibilidad y valor compartida, Fuente: Elaboración Propia 2020.

Con respecto a la población. Arias et al., (2016), afirman que es un conjunto de elementos finitos o infinitos que tienen características comunes y son motivo de estudio. Dentro de este conjunto se encuentran las organizaciones, personas, instituciones, etc., que pueden ser definidos, limitados y accesibles.

La presente investigación se considera una población finita, se conoce el número de elementos que constituye el estudio, el cual está conformado por 30 colaboradores de la empresa 111 Consulting Group SRL.

Tabla1

Distribución de la Población

Nivel	Responsables	Cantidad
Estratégico	Gerente general y	2
	Subgerente	
Táctico	Administradores y	12
	Supervisores de obras	
Operacional	Obreros	16
Total		30

Nota. Información obtenida de la base de datos de empresa 111 Consulting Group S.R.L., de la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

En cuanto a la muestra Hernández et al., (2014), señalan que es un subconjunto de elementos pertenecientes al conjunto definido por características llamado población, del cual se obtienen los datos de estudio.

Según Orlando (2018), indica que la muestra censal es aquella porción que representa toda la población, este tipo de método se utiliza cuando es necesario saber las opiniones de todos los clientes.

Se tomó como muestra a 30 colaboradores de la empresa 111 Consulting Group S.R.L., de la ciudad de Cajamarca en el año 2020; es decir, todos los elementos que componen el conjunto de la población tienen la misma opción de conformar la muestra.

La investigación presenta como técnica la encuesta, siendo ésta un conjunto de procedimiento sistemático y metodológicos para recoger información objetiva y segura, con

el fin de obtener resultados reales de los objetivos propuestos de alguna manera. Así mismo, para la presente investigación el instrumento que se utilizó fue un cuestionario de encuesta.

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

Para la variable 1- Valor Compartido, se utilizaron preguntas relacionadas a las 3 dimensiones (valor económico, valor social y valor ambiental), de las cuales se tienen 4 indicadores por cada una, siendo un total de 12 preguntas.

Para la variable 2- Sostenibilidad, se utilizó 3 dimensiones (económico, social y ecológico), de las cuales hay 4 indicadores por cada una, así se obtuvo un total 12 preguntas.

La encuesta cuenta con 24 preguntas, las mismas se aplicaron a 30 colaboradores de la empresa 111 Consulting Group SR.L., con la finalidad de recoger información acerca del valor compartido y la sostenibilidad. Las preguntas cuyas respuestas están organizadas en una escala de Likert; de nunca a siempre.

Tabla2

Escala de medición de la encuesta.

Escala	Respuesta
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Nota. Información obtenida del instrumento encontrado.

La presente, utilizó un instrumento validado en la investigación “*El valor compartido en las empresas del sector telecomunicaciones en el Perú*” desarrollada por Cherres et al., (2017), en CENTRUM Católica. El cuestionario fue validado expertos e investigadores de CENTRUM católica, los mismos con conocimiento sobre el tema valor compartido

Con respecto a la confiabilidad del instrumento, se aplicó el coeficiente de correlación Alfa de Cronbach, en los resultados de la prueba piloto se obtuvo un puntaje superior a 0,8; es decir, no se detectaron discrepancia; por lo que, se consideró que el instrumento es confiable.

En cuanto al instrumento de la variable Sostenibilidad, la validéz se obtuvo de la investigación “Gestión y sostenibilidad de las microempresas artesanales de Monsefú, provincia de Chiclayo 2015” desarrollada por Chavesta (2017). El instrumento validado está enfocado en establecer factores de gestión para la sostenibilidad empresarial y el crecimiento empresarial que se logra con la sostenibilidad. Se validó por juicio de expertos, con amplia experiencia en la elaboración del instrumento y conocimiento sobre el tema sostenibilidad.

Con respecto a la confiabilidad del instrumento, se aplicó el coeficiente de correlación Alfa de Cronbach. En los resultados de la prueba piloto se obtuvo un puntaje de 0,814, ubicándolo en la categoría de confiabilidad es mayor a 0,7; es decir, que ofrece un valor de confiabilidad alta.

El procedimiento de tratamiento y análisis de datos, consistió en primera instancia de la recolección de datos a través de la aplicación del instrumento, los datos se procesaron y organizaron a través de Excel y el programa SPSS en su versión IBM 25, lo cual permitió

poder tabularlos y elaborar las tablas que describen los resultados finales de las variables y dimensiones, posteriormente se procedió a analizar la información,

En cuanto al análisis, el estadístico para la prueba de hipótesis utilizado fue el coeficiente de correlación de Pearson, siendo el resultado de acuerdo a los índices según la prueba de normalidad:

Tabla 3

Prueba de Normalidad.

	Shapiro Wilk Estadístico	gl	Sig.
Valor compartido	901	30	0,09
Sostenibilidad	914	30	0,19

Nota: Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 3 de prueba de normalidad, el grado de libertad es de 30, por lo tanto, se utilizó la estadística de Shapiro Wilk, de acuerdo a los resultados, es una distribución normal, teniendo una significancia de 0,09, para el valor compartido y 0,19 para la sostenibilidad; es decir, que estos resultados, son mayores que el valor de significancia de 0,05. Siendo así una investigación paramétrica, por lo que se utiliza el estadístico de correlación de Pearson para la contratación de hipótesis.

Además, sirve para analizar la relación entre dos variables y se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas según la encuesta aplicada. Hernández et al., (2014), señalan que, el coeficiente de *r* de *Pearson* puede variar de -1,00 a +1,00 donde:

-1,00 = correlación negativa perfecta, esto quiere decir que, a mayor X, menor Y, de manera proporcional, cada vez que X aumenta Y disminuye y viceversa.

-0,90 = Correlación negativa muy fuerte.

-0,75 = Correlación negativa considerable.

-0,50 = Correlación negativa media.

-0,25 = Correlación negativa débil.

-0,10 = Correlación negativa muy débil.

0,00 = No existe correlación alguna entre las variables.

+0,10 = Correlación positiva muy débil.

+0,25 = Correlación positiva débil.

+0,50 = Correlación positiva media.

+0,75 = Correlación positiva considerable.

+0,90 = Correlación positiva muy fuerte.

+1,00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante).

En los aspectos éticos de la investigación, se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en esta investigación, también se cuenta con la autorización de la institución en estudio para recolectar la información necesaria, dicha información será usada solo con fines académicos, se basa en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe observar; todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

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

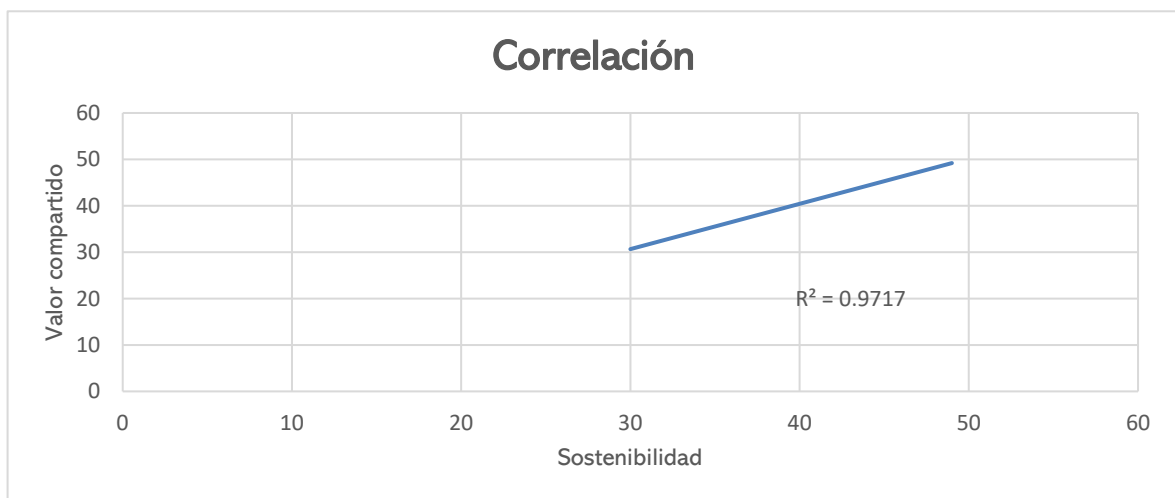
CAPÍTULO III: RESULTADOS

En el capítulo se presenta los resultados obtenidos a través de un cuestionario de las siguientes variables valor compartido (con 12 preguntas) y sostenibilidad (con 12 preguntas) en la escala Likert (1= Nunca, 2 = Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre y 5= Siempre); dirigido a 30 trabajadores de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020; mediante un enlace web de drive.

En la siguiente tabla se muestra el coeficiente de Correlación Pearson para medir el grado de relación de las dos variables.

Figura2

Correlación Valor compartido y Sostenibilidad.



Nota: Información obtenida de la base de datos de empresa 111 Consulting Group S.R.L., de la ciudad de Cajamarca en el año 2020. Fuente: Elaboración Propia.

La figura 2 muestra la relación entre valor compartido y sostenibilidad, el resultado obtenido del coeficiente de determinación (R^2) =0,9717, lo que significa que tiene un nivel

de correlación positiva muy fuerte. Se precisa que, si se aumenta el Valor Compartido en la empresa la Sostenibilidad también aumenta de manera proporcional.

En las siguientes tablas, se muestra la valoración porcentual moda de las dimensiones del valor compartido.

Tabla4

Valor porcentual moda - Dimensión Valor Económico.

Nº	Indicadores	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Moda	Opción
1	¿Considera usted, que la empresa paga salarios por encima de las otras organizaciones del mismo rubro?	0%	19%	36%	23%	22%	3	A veces
2	¿Considera usted que la empresa participa en compras a proveedores de su mismo distrito?	0%	3%	27%	40%	30%	4	Casi siempre
3	¿La empresa le ofrece a usted bonos anuales, además del reporte de utilidades?	0%	23%	47%	17%	13%	3	A veces
4	¿La empresa da oportunidad de trabajo a más personas durante el año 2020?	0%	23%	50%	20%	7%	3	A veces
%	Valor económico	0%	17%	40%	25%	18%	3	A veces

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

La tabla 4 indica la distribución de la percepción de los colaboradores en un porcentaje que se obtiene en la moda; según la dimensión del valor económico, la valoración porcentual más alta se encuentra en el nivel de “A veces” con un 40%, es el valor más repetido en opinión de los encuestados.

La pregunta 1 tiene un valor 3 que es igual a “A veces”, representa el 36% del valor más repetido en la opinión de los colaboradores que responde la interrogante sobre el salario que ofrece la empresa.

La pregunta 2 tiene un valor de 4 que es igual a “Casi siempre”, representa el 40% del valor más repetido en la opinión de los colaboradores respecto a la interrogante sobre las compras que realiza la empresa a proveedores locales.

Tabla5

Valoración porcentual moda - Dimensión valor social

N.º	Indicadores	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Moda	Opción
1	¿Sabe usted si la empresa ha gestionado riesgos asociados al entorno?	0%	8%	34%	42%	16%	4	Casi siempre
2	¿La empresa le permite a usted participar en la toma de decisiones?	0%	10%	55%	24%	11%	3	A veces
3	¿Sabe usted si la empresa busca estabilidad de los proveedores?	0%	7%	63%	17%	13%	3	A veces
4	¿Considera usted que la empresa mide la satisfacción de los clientes?	0%	5%	32%	38%	25%	4	Casi siempre
%	Valor social	0%	8%	46%	30%	16%	3	A veces

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

La tabla 5 muestra la distribución de la percepción de los colaboradores sobre el Valor Social en un porcentaje que se obtiene en la moda, los resultados sobre la importancia de los Stakeholders para la empresa según la opinión de los encuestados se encuentran en el nivel de “A veces” con un 46%.

La pregunta 1 tiene un valor de 4 que es igual a “Casi siempre”, representa el 42% del valor más repetido en la opinión de los colaboradores respecto a la interrogante sobre la gestión de riesgos asociados al entorno.

La pregunta 3 tiene un valor 3 que es igual a “A veces”, representa el 63% del valor más repetido en la opinión de los colaboradores que responde a la interrogante sobre la relación que mantiene la empresa con sus proveedores.

Tabla6

Valoración Porcentual moda - Dimensión valor ambiental.

N.º	Indicadores	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Moda	Opción
1	Recicla residuos sólidos, papel, maquinaria	0%	0%	38%	42%	20%	4	Casi siempre
2	¿Sabe usted si la empresa audita procesos desde el punto de vista ambiental?	0%	13%	49%	16%	22%	3	A veces
3	¿Considera usted si la empresa es transparente respecto de su impacto ambiental?	0%	12%	58%	20%	10%	3	A veces
4	¿Sabe usted si la empresa evita recibir notificaciones de multas ambientales?	0%	11%	29%	39%	21%	4	Casi siempre
%	Valor ambiental	0%	09%	44%	29%	18%	3	A veces

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

La tabla 6 muestra la distribución de la percepción de los colaboradores en un porcentaje que se obtiene en la moda; según la dimensión del valor ambiental, la valoración porcentual más alta se encuentra en el nivel de “A veces” con un 38%, es el valor más repetido en opinión de los encuestados.

La pregunta 1 tiene un valor 4 que es igual a “Casi siempre”, representa el 42% del valor más repetido en la opinión de los colaboradores que responde a la interrogante sobre la responsabilidad de la empresa con el medio ambiente.

La pregunta 3 tiene un valor 3 que es igual a “A veces”, representa el 58% del valor

Indicadores	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Moda	Opción
Valor Económico	0%	17%	40%	25%	18%	3	A veces
Valor Social	0%	8%	46%	30%	16%	3	A veces
Valor Ambiental	0%	9%	44%	29%	18%	3	A veces
Valor Compartido	0%	11%	43%	28%	17%	3	A veces

más repetido en la opinión de los colaboradores que responde a la interrogante sobre la transparencia de la empresa respecto a su impacto ambiental.

Tabla7

Valoración porcentual moda- Dimensiones del valor compartido.

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

La tabla 7 muestra los resultados sobre la percepción de los colaboradores respecto al Valor Compartido y sus dimensiones, se observa que la valoración porcentual más alta se encuentra en el nivel “A Veces” con un porcentaje de 43%.

La dimensión Valor Social tiene la valoración porcentual en el nivel “Casi siempre” con una representación del 30% de total.

Tabla8

Valoración porcentual moda- Dimensiones de la sostenibilidad.

Indicadores	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Moda	Opción
Economía	0%	11%	43%	28%	18%	3	A veces
Social	0%	6%	47%	29%	18%	3	A veces

Ambiental	0%	8%	45%	27%	20%	3	A veces
Sostenibilidad	0%	8%	45%	28%	19%	3	A veces

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

La tabla 8 muestra los resultados sobre la percepción de los colaboradores respecto a la Sostenibilidad y sus dimensiones, se observa que la valoración porcentual más alta se encuentra en el nivel “A veces” con un porcentaje de 45%.

La dimensión Social tiene la valoración porcentual en el nivel “Casi siempre”, con una representación del 29% de total.

A continuación, se presentará los resultados de la relación de las variables y dimensiones de la variable valor compartido y sostenibilidad.

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

Tabla9

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

Valor Compartido	Sostenibilidad											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Casi Nunca	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	3%
A veces	0	0%	0	0%	9	30%	4	13%	1	3%	14	47%
Casi Siempre	0	0%	1	3%	3	10%	5	17%	1	3%	10	33%
Siempre	0	0%	0	0%	2	7%	1	3%	2	7%	5	17%
Total	0	0%	1	3%	15	50%	10	33%	4	13%	30	100%

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 9, se observa que el 30% de los colaboradores consideran que la empresa 111 Consulting Group SRL practica “A Veces” el valor compartido y la sostenibilidad, el 17% opinaron que “Casi Siempre” y el 7% que “Siempre”, siendo así una empresa amigable con el medio ambiente y su entorno social, manteniendo su rendimiento económico.

Objetivo Específico 1: Identificar la relación entre valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Tabla10

Relación entre valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Valor Económico	Sostenibilidad											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Casi Nunca	0	0%	0	0%	2	7%	2	7%	0	0%	4	13%
A veces	0	0%	0	0%	7	23%	4	13%	1	3%	12	40%
Casi Siempre	0	0%	1	3%	4	13%	3	10%	2	7%	10	33%
Siempre	0	0%	0	0%	2	7%	1	3%	1	3%	4	13%
Total	0	0%	1	3%	15	50%	10	33%	4	13%	30	100%

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 10, se observa que el 23% de los colaboradores opinan que la empresa practica “A veces” el valor económico y la sostenibilidad, el 10% “Casi siempre” y el 3% que “Siempre”, por lo tanto, la organización mantiene buena rentabilidad y productividad, ayudando a mejorar y perdurar en un largo plazo de una manera efectiva.

Objetivo Específico 2: Identificar la relación entre valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Tabla 11

Relación entre el valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Valor Social	Sostenibilidad											Total
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		N	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Casi Nunca	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	3%
A veces	0	0%	0	0%	8	27%	4	13%	1	3%	13	43%
Casi Siempre	0	0%	1	3%	4	13%	5	17%	2	7%	12	40%
Siempre	0	0%	0	0%	2	7%	1	3%	1	3%	4	13%
Total	0	0%	1	3%	15	50%	10	33%	4	13%	30	100%

Nota: Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 11, se observa que el 27% de los colaboradores opinan que la empresa en referencia practica “A veces” el valor social y la sostenibilidad, el 17% de los colaboradores opinan que “Casi Siempre” y el 3% que “Siempre”; por lo tanto, la organización se preocupa por el bienestar social.

Objetivo Específico 3: Identificar la relación entre valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Tabla 12

Relación entre el valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

Valor Ambiental	Sostenibilidad											Total
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		N	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Casi Nunca	0	0%	0	0%	1	3%	1	3%	0	0%	2	7%
A veces	0	0%	1	3%	7	23%	4	13%	1	3%	13	43%
Casi Siempre	0	0%	0	0%	4	13%	4	13%	2	7%	10	33%
Siempre	0	0%	0	0%	3	10%	1	3%	1	3%	5	17%
Total	0	0%	1	3%	15	50%	10	33%	4	13%	30	100%

Nota: Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 12, se observa que el 23% de los colaboradores opina que la empresa 111 Consulting Group SRL practica “A veces” el valor ambiental y la sostenibilidad, el 13% considera que “Casi siempre” y el 3% que “Siempre”. La empresa mantiene una postura amigable con el medio ambiente.

Finalmente, se realizará la prueba de hipótesis:

Hipótesis general:

Tabla13

Correlación de Pearson para el Valor Compartido y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.

		Valor Compartido	Sostenibilidad
Valor compartido	Correlación de Pearson	1	0,971
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	30	30
Sostenibilidad	Correlación de Pearson	0,971	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 13 se ha obtenido como coeficiente de Pearson 0,971; esto implica que tiene una correlación positiva muy fuerte. Y se encuentra un nivel de significancia bilateral Sig. (bilateral = 0,000) menor a 0,05, lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa propuesta en la investigación.

Hipótesis específica 1:

Tabla 14

Correlación de Pearson para el Valor Económico y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.

		Valor económico	Sostenibilidad
Valor económico	Correlación de Pearson	1	0,664
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	30	30
Sostenibilidad	Correlación de Pearson	0,664	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 14 se observa que el coeficiente de Pearson es 0,664, teniendo este una correlación positiva media. Se observa el p valor (Sig. = 0,000) es menor que el nivel de significancia 0,05; por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2:

Tabla 15

Correlación de Pearson para el Valor Social y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.

			Valor social	Sostenibilidad
Valor social	Correlación de Pearson	de	1	0,946
	Sig. (bilateral)			0,000
	N		30	30
Sostenibilidad	Correlación de Pearson	de	0,946	1
	Sig. (bilateral)		0,000	
	N		30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 15 se observa que el coeficiente de correlación Pearson tiene un valor de 0,946, implicando una correlación positiva muy fuerte. El p valor (Sig. = 0,000) es menor que el nivel de significancia 0,05; por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula.

Hipótesis específica 3:

Tabla 16

Correlación de Pearson para el Valor Ambiental y Sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L, Cajamarca, 2020.

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

		Valor ambiental	Sostenibilidad
Valor ambiental	Correlación de Pearson	1	0,797
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	30	30
Sostenibilidad	Correlación de Pearson	0,797	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	30	30

Nota. Información obtenida de la base de datos ingresado al programa estadístico SPSS 25, de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

En la tabla 16 se observa que el coeficiente de correlación Pearson tiene un valor de 0,797, esto implica que tiene una correlación positiva considerable. El p valor (Sig. = 0,000) es menor que el nivel de significancia 0,05; por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, como resultado de la valoración porcentual moda, obtenida de la opinión de los colaboradores, se evidenció que la práctica del Valor Compartido se encuentra en un nivel de “A veces” con un porcentaje de 43% y la valoración porcentual de la Sostenibilidad se encuentra en el nivel de “A veces” con un porcentaje de 45%. En la tabla N° 6 y 7 también se puede evidenciar que la dimensión Valor Social de la variable Valor Compartido y la dimensión Social de la variable Sostenibilidad son las que representan uno de los mayores porcentajes, se encuentran en el nivel de “Casi Siempre”, con un 30% y 29% respectivamente; sin embargo, la opinión que predomina es el nivel de “A veces” con un porcentaje de 46% y 47% respectivamente; esto quiere decir que la empresa tiene la responsabilidad con sus Stakeholders.

Además, se observa que, según las respuestas de los colaboradores, la empresa practica en un nivel de “A veces”, con un porcentaje de 30%, el Valor compartido y la Sostenibilidad a la vez, mientras que el 17% considera que “Casi siempre” y el 3% que “Siempre”. Según la prueba de hipótesis realizada, se evidenció que el coeficiente de Pearson es igual a 0,971; implicando una relación positiva muy fuerte; el nivel de significancia bilateral=0,000 es menor a 0,05; por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la Hipótesis Nula y aceptar la Hipótesis Alternativa propuesta en la investigación.

A partir de los hallazgos encontrados se puede afirmar que la empresa está buscando alinear sus estrategias de negocio con las necesidades del entorno en el que opera, en este

sentido para cumplir con sus objetivos ha empezado a tomar ventaja competitiva creando valor económico, social y ambiental. Entonces, la empresa como tal busca su desarrollo sostenible basado en estrategias de valor que creen beneficios para sus Stakeholders a través de sus actividades laborales. Además, se enfoca en obtener la conexión entre el progreso económico y el social que depende y está relacionada directamente con la creación de valor compartido, que al ser implementado puede generar cambios positivos en el medio ambiente, la economía y la calidad de vida de la sociedad.

Estos resultados son similares a los obtenidos por Osco et al., (2017), quienes investigaron la aplicación del valor compartido en tres empresas del rubro construcción, en los resultados se evidenció que estas empresas estaban implementando el “valor compartido” en un nivel “bajo”; esto se debe a que dichas empresas están enfocadas en el concepto de responsabilidad social, más no en valor compartido como tal. Por ende, se encontraban en un nivel bajo de conocimiento y aplicación de valor compartido, entonces lograr la sostenibilidad a largo plazo era menos probable.

De acuerdo al primer objetivo específico que fue determinar la relación entre el valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, en los resultados de la valoración porcentual moda se evidenció que la práctica de la dimensión Valor Económico se encuentra en un nivel de “A veces” con un porcentaje de 40%. Los colaboradores manifiestan que el salario que ofrece la empresa es “A veces” mayor a la que ofrece otras entidades del mismo rubro, también consideran que “Casi siempre” la empresa prefiere comprar a proveedores locales de Bambamarca. Además, se observa que, según las respuestas de los colaboradores, la empresa practica en un nivel de “A veces”, con un porcentaje de 23%, el Valor compartido y la Sostenibilidad a la vez, mientras que el 10% considera que “Casi siempre” y el 3% que “Siempre” (Tabla N° 09). Según la prueba de

hipótesis realizada se evidenció que el coeficiente de Pearson es igual a 0,664; implicando una relación positiva media, el nivel de significancia bilateral = 0,000 es menor a 0,05; por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la Hipótesis Nula y aceptar la Hipótesis Alternativa propuesta en la investigación.

A partir de los resultados obtenidos, se puede evidenciar que la empresa está orientando sus esfuerzos en aumentar la rentabilidad de los accionistas y ofrecer mejores salarios; sin embargo, están teniendo retraso en pagos a proveedores y trabajadores, este es un indicador con problemas de liquidez; es por ello que tienen un nivel medio de Valor Económico.

Estos resultados son similares a los obtenidos por Alvarez et. al. (2017), quienes investigaron a tres empresas peruanas sobre la aplicación del valor compartido en este sector; en los resultados se evidenció que el 100% de las muestra recientemente está implementando en un nivel no tan alto actividades que generan impacto positivo en la sociedad y de manera paralela están generando beneficios económicos empresariales y sociales. Por lo tanto, se demuestra que las empresas que implementan estrategias de Valor Compartido y específicamente de su dimensión Valor Económico tienen mayor posibilidad de ser sostenibles en el tiempo.

El segundo objetivo específico fue determinar la relación entre el Valor Social y la Sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, los resultados obtenidos en la valoración porcentual moda reflejan que, según la opinión de los colaboradores, la empresa practica el Valor Social en un nivel de “A veces”, con un porcentaje de 46%. También, se puede evidenciar que la empresa ha gestionado riesgos asociados al entorno en un nivel de “Casi siempre” y busca la estabilidad de los proveedores en un nivel de “A veces”. El 27% de los encuestados consideran que la empresa practica el Valor Social y la Sostenibilidad en

un nivel de “A veces”, el 17% que “Casi siempre” y el 3% que “Siempre”. Según los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis se obtuvo que el coeficiente de correlación Pearson tiene un valor de 0,946, implicando una correlación positiva muy fuerte y el nivel de significancia bilateral=0,000, existiendo suficiente prueba estadística para rechazar Hipótesis Nula y aceptar la Hipótesis Alternativa.

A partir de los resultados obtenidos se puede afirmar que la empresa se está preocupando por disminuir riesgos asociados a su entorno, tales como, riesgos que puedan tener sus colaboradores en el trabajo, riesgos que puedan afectar a la comunidad donde opera y riesgos de perder a sus proveedores estratégicos. Estas estrategias no tienen como objetivo maximizar beneficios para los accionistas o propietarios, sino que sus beneficios son reinvertidos en la comunidad o el negocio mismo, demostrando que se interesan por solucionar problemas sociales, generando un rol distinto y valioso en la creación de una economía inclusiva, sostenible, social y fuerte.

También se puede evidenciar que los colaboradores han generado de manera positiva la oportunidad para trabajar con la comunidad, la empresa tiene iniciativa por calidad de vida, trabajo en equipo y su toma de decisiones descentralizada, reconociendo la mayor satisfacción con la comunidad con menor conflicto empresarial, también una gran contribución social y se pueda establecer la justificación de apoyo necesario para mantener un buen logro de metas.

Estos resultados son similares a los obtenidos por Gomez et. al. (2017), quienes en su investigación sobre la percepción y práctica del Valor Compartido en el sector de construcción de viviendas, evidenciaron que estas empresas están implementando prácticas ecoeficientes, mejoras en su cadena de valor, estrategias para mantener estables a sus proveedores estratégicos, acciones para disminuir riesgos laborales y sociales. Si estas

empresas siguen realizando estas iniciativas lograrán implementar en un nivel alto el Valor Compartido en su dimensión Valor Social; por lo tanto, permitirá mejora en sus condiciones socioeconómicas en sus estrategias de sostenibilidad.

El tercer objetivo específico fue determinar la relación entre el Valor Ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, en los resultados obtenidos de la valoración porcentual moda, se evidenció que la práctica de la dimensión Valor Ambiental se encuentra en un nivel de “A veces” con un porcentaje de 44%. Los colaboradores manifiestan que la empresa recicla residuos sólidos, papel y maquinaria en un nivel de “Casi siempre”; también, consideran que “A veces” la empresa es transparente respecto a su impacto ambiental. Además, se observa que, según las respuestas de los encuestados, la empresa practica en un nivel de “A veces”, con un porcentaje de 23%, el Valor compartido y la Sostenibilidad a la vez, mientras que el 13% considera que “Casi siempre” y el 3% que “Siempre”. Según la prueba de hipótesis realizada se evidenció que el coeficiente de Pearson es igual a 0,797, implicando una relación positiva considerable, el nivel de significancia bilateral=0,000 es menor a 0,05; por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la Hipótesis Nula y aceptar la Hipótesis Alternativa propuesta en la investigación.

A partir de los resultados obtenidos se puede evidenciar que una de las estrategias implementadas por la empresa es cuidar el medio ambiente, están reciclando la mayor cantidad de materiales que pueden contaminar el medioambiente; también, está optando por ser transparente en el impacto ambiental que tiene en su comunidad.

Estos resultados son similares a los obtenidos por Mendoza et. al. (2017), quienes en su investigación sobre las prácticas del Valor Compartido en tres empresas de Colombia obtuvieron como resultado que las empresas están desarrollando en un nivel “Medio” prácticas ecoeficientes (uso eficiente del consumo de agua, papel, energía y gestión de

residuos), con el objetivo de mejorar su cuidado ambiental y aumentar su confiabilidad frente a otras entidades del mismo rubro teniendo una propuesta diferencial sobre la aplicación del Valor Compartido específicamente en su dimensión del Valor Ambiental, estas estrategias están implementadas con el propósito de perdurar en el tiempo sosteniblemente.

De acuerdo a la descripción en los párrafos precedentes, se deduce que se cumple con la Teoría de *Porter y Kramer* (2011), quienes crearon el concepto de “valor compartido” y afirman que la intersección entre el valor económico y social es lo que dominan el valor compartido. También tiene consistencia en la teoría de los *Stakeholders* desarrollada por Freeman y Gilbert, quienes permiten evaluar la creación de valor económico, social y ambiental, con el fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad, generar más beneficios para los colaboradores, ser amigable y responsable con el medio ambiente y maximizar el beneficio de la empresa logrando la sostenibilidad en el tiempo (Cotéz y Alpuche, 2012).

Finalmente, se sugiere a los futuros investigadores realizar estudios experimentales o de campo para empresas del sector construcción que no lleven mucho tiempo en el mercado, donde los investigadores implementen la creación de valor compartido con el objetivo de obtener el porcentaje real del crecimiento económico de la empresa al implementar estas estrategias, ¿Cuán rentable puede ser para los accionistas invertir en esta propuesta si es que es una pequeña empresa? y ¿Qué tiempo que le llevaría en posicionarse en el mercado como una de las mejores para trabajar y prestación de servicios?. De esta forma se podrá conocer con certeza el beneficio del valor compartido en pequeñas empresas.

En cuanto a las implicancias prácticas, las empresas inmersas en este rubro deben considerar al Valor Compartido como un eje importante para lograr la sostenibilidad. Los resultados de la investigación brindarán información relevante para la empresa 111 Consulting Group SRL para la toma de decisiones, a fin de evaluar resultados y formular

estrategias para suplir las necesidades de la comunidad de una manera innovadora, creando oportunidades de nuevos negocios innovadores que retribuya ganancias a las empresas. Es por ello, que la creación del Valor Compartido está enfocado en que las empresas tengan éxito económico, al mismo tiempo sean responsables con el medio ambiente y generen beneficio para sus grupos de interés, siendo sostenibles en el tiempo. Así mismo, se trata de dar a conocer la nueva tendencia del Valor Compartido, dándole un enfoque diferente al que usualmente se observa.

Desde el punto de vista teórico servirá como referencia para otros estudios con variables similares, así también para futuras líneas de investigación. La creación de Valor Compartido es la práctica del Valor Económico, Social y Ambiental; para incrementar la productividad y reducir el impacto social y ambiental de las actividades que realizan las empresas, con ello también, se incentiva a las empresas a innovar de manera sostenible y permanente. En cuanto a la Sostenibilidad empresarial es mantenerse en el tiempo y se plantea como una modalidad de eficiencia económica.

Desde el punto de vista metodológico, al ser el instrumento validado permite que el presente estudio obtenga información y resultados certeros.

En cuanto a las limitaciones, una de ellas fue el acceso a la información de la empresa de manera presencial por motivos de pandemia; sin embargo, con los permisos respectivos se recopilaban los datos online, por medio de Google form. Otra limitación, fue en cuanto a las investigaciones locales; sin embargo; con el aporte de investigaciones nacionales e internacionales se ha logrado el estudio a profundidad.

4.2 Conclusiones

- Siendo el objetivo general determinar la relación entre el valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, sometidos a la prueba estadística de Pearson, se concluyó que la “R²” tiene un valor de 0,971, teniendo así una correlación positiva muy fuerte y el nivel de significancia bilateral=0,000 evidenciando estadísticamente la aceptación de la hipótesis alternativa; también, se evidenció la opinión de los colaboradores un 43% consideró que la empresa practica en un nivel de “a veces” el valor compartido y la sostenibilidad. Entonces se afirma que la organización es neutra al practicar ambas variables, con la finalidad de crecer y mantenerse en el mercado, sin embargo; se tiene la certeza que sus propósitos mejoren.
- De acuerdo al primer objetivo específico, se evidenció que la prueba estadística de Pearson tiene un valor de “R²” igual a 0,664, implicando que tiene una correlación positiva media entre el valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL. Los colaboradores manifiestan que la empresa desarrolla la dimensión valor económico y la sostenibilidad en un nivel de “A veces” con un porcentaje de 23%; los colaboradores consideran que valor económico conduce las actividades de la empresa a un incremento importante al rendimiento de la economía.
- Siendo el segundo objetivo específico, determinar la relación entre el valor social y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, se concluye que los resultados que se obtuvieron en la prueba estadística de Pearson tuvieron un valor de 0,946 significando que tiene correlación positiva muy

fuerte. También se obtuvo que el 27% de los colaboradores opinan que la empresa “A veces” desarrolla la dimensión valor social y la sostenibilidad.

- Finalmente, siendo el tercer objetivo específico, determinar la relación entre el valor ambiental y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Se sometió a la prueba estadística de Pearson en el cual se obtuvo un resultado de 0,797 teniendo una correlación positiva considerable. Se hace referencia a mayores prácticas de responsabilidad con el entorno pero que perdure en el tiempo, por ello según la opinión de los colaboradores se obtuvo que el 23% manifiestan que la empresa desarrolla la dimensión valor ambiental y sostenibilidad en un nivel de “a veces”, se afirma que la empresa está siendo neutra y amigable de manera intermedia con el medio ambiente.

REFERENCIAS

- Alvarez, Z., De Lama Ríos, D., & Rojas, J. (2017). *Valor compartido en la industria de producción de cemento en el Perú* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8811>
- Arias Gomez, J., Vállasis Keever, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia Mexico*, 63(2), 201-206.
- Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones* (3, p. 6). Escuela Universitaria de Empresariales, Universidad del País Vasco-Euskal. <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>
- Asis, F. A. (2019). *PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN LA CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS DE LA AVENIDA CORONEL BALTAZAR DE LA ROSA, HUACHO* [TITULO, UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN]. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3361/ASIS%20ORE%20FREDY%20ABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chavesta, R. H. (2017). *Gestión y Sostenibilidad de las Microempresas Artesanales de Monsefú, Provincia Chiclayo 2015* [Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/1314>
- Cherres, S. L., Córdor, D. J., Villegas, J. L., & Lezama, T. M. (2017). *El valor compartido en las empresas del sector telecomunicaciones en el Perú* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9069>
- Cotéz, L., & Alpuche, E. (2012). *La Teoría de los Stakeholders: Un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo—HTML*.

<https://pensamientocriticoudf.com.mx/4-no-6/14-4-no-6-02/36-la-teoria-de-los-stakeholders-un-analisis-centrado-en-los-grupos-dentro-de-la-organizacion-y-propuesta-de-un-nuevo-grupo-html>

Demirkol, N., & Chanpot, P. (2021). *Creación de Valor Compartido Extracto del Informe Anual de Nestlé 202* (Informe académicos N.º 156; p. 11).
[file:///C:/Users/ERICA/Downloads/nestle-creating-shared-value-summary-report-2021-es%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ERICA/Downloads/nestle-creating-shared-value-summary-report-2021-es%20(1).pdf)

Demografía Empresarial en el Perú (pp. 1-58). (2020). [Boletín]. Instituto nacional de Estadística e Informática.
http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_2.pdf

Diaz, D. (2018). *Evaluación de prácticas sostenibles de construcción en la edificación—Residencial Los Delfines—Ubicada en el distrito Baños del Inca—Cajamarca, según la certificación leed, 2018* [TÍTULO, Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23843>

Diaz, D., & Llamo, W. Y. (2019). “*NIVEL DE VALOR COMPARTIDO QUE RECIBEN LOS PRODUCTORES DE QUESO DE LAS REDES EMPRESARIALES DEL DISTRITO DE HUALGAYOC, ÁMBITO DE INTERVENCIÓN DE CEDEPAS – NORTE CAJAMARCA 2018*” [Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23068/Diaz%20Mu%c3%bl oz%20Doris%20-%20Llamo%20Mejia%20Wilmer%20Yone.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Enrique, F. (2007). (PDF) *Auditoría administrativa, gestión estratégica del cambio* (Segunda Edición 2007, Vol. 1-500). Pearson Educación.
https://www.academia.edu/37765867/Auditor%C3%ADa_administrativa_Enrique_Benjam%C3%ADn_Franklin_2ed_2_
- Gómez, D. R., Hernández, W. E., Hernández, R. C., & Méndez, S. P. (2017). *Diagnóstico del Concepto de Valor Compartido en el Sector de la Construcción de Vivienda en Colombia* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9089/GOMEZ_HERNANDEZ_DIAGNOSTICO_VIVIENDA_COLOMBIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). Mc Graw Hi Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Marín, D. C., Torre-Marín, G. C., Valls, J. X. i, & Pruna, A. S. (2005). *Desarrollo sostenible* (UPC). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=299004>
- Mendoza, A., Flórez, A., Reyes, D. C., & Rosas, J. S. (2017). *Valor compartido desde las prácticas ecoeficientes en empresas de manufactura de materiales para construcción en Colombia* [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
- Orlando, C. (2018). Muestra Censal o Poblacional | PDF | Muestreo (Estadísticas) | Método científico. *Scribd*, 32.

Oscó, M., Yépez García, J. C., Reyes Herrera, Y. L., & Berrospi Mendoza, E. A. (2017).

Valor Compartido en el Sector Construcción Civil [PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ].

<https://www.proquest.com/openview/bf0d69eb9a90b836143e25b0f58cbf1a/1?cbl=18750&diss=y&pq-origsite=gscholar>

Parra, M. (2017, junio). Negocios inclusivos: Un modelo empresarial Innovador, competitivo y sostenible. 2017, *InnovaG*(1), 45-48.

Pérez, J. G., & Llorente, T. P. (2006). Modelos teóricos contemporáneos y marcos de fundamentación de la educación ambiental para el desarrollo sostenible. *Revista Iberoamericana de Educación*, 41, 21-68. <https://doi.org/10.35362/rie410771>

Polanco, J., Ramírez, F., & Orozco, M. (2016). Incidencia de estándares internacionales en la sostenibilidad corporativa: Una perspectiva de la alta dirección. *Efecto de los estándares internacionales en la sostenibilidad empresarial: la perspectiva de los altos directivos*, 32(139). <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.05.002>

Porter, M., & Kramer, M. (2011). *La creación de valor compartido*. 1-18.

Rosero, Á. J. (2020). La sostenibilidad, un camino seguro para la industria de la construcción en Colombia. *Cartagena, T. Arq 720 R816 CD-ROM*. <http://bibliotecadigital.usb.edu.co/handle/10819/7946>

Sanchis, J.-R., & Campos, V. (2019). El modelo de la economía del bien común: Aproximación desde el enfoque organizativo y el análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 440-450. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3361>

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(1), 65-77.

<https://doi.org/10.33789/enlace.17.42>

ANEXOS

ANEXO N° 1. Cuestionario

Instrucciones:

- No escriba su nombre.
- Sus respuestas son confidenciales.

El siguiente instrumento tiene como objetivo determinar la relación del valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group S.R.L. Lea cuidadosamente los enunciados. Recuerde que todos los enunciados deben ser respondidos. Marque con una (X) sobre el espacio que mejor represente su posición.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

I. VALOR COMPARTIDO		1	2	3	4	5
Valor económico						
1	¿Considera usted, que la empresa paga salarios por encima de las otras organizaciones del mismo rubro?					
2	¿Sabe usted si la empresa participa en compras a proveedores de su mismo distrito?					
3	¿La empresa le ofrece a usted bonos anuales, además del reporte de utilidades?					
4	¿Usted sabe si la empresa dio oportunidad de trabajo a más personas durante el año 2020?					
Valor social						
5	¿Sabe usted si la empresa ha gestionado riesgos asociados al entorno?					
6	¿La empresa le permite a usted participar en la toma de decisiones?					
7	¿Sabe usted si la empresa busca estabilidad de los proveedores?					
8	¿Considera usted que la empresa mide la satisfacción de los clientes?					
Valor ambiental						
9	Gestión de salidas					
	9.1 ¿En la empresa usted recicla residuos sólidos?					
	9.2 ¿En la empresa usted recicla papel?					
	9.3 ¿En la empresa usted recicla los Equipos de oficina, maquinarias?					
10	¿Sabe usted si la empresa audita procesos desde el punto de vista ambiental?					
11	¿Considera usted si la empresa es transparente respecto de su impacto ambiental?					
12	¿Sabe usted si la empresa evita recibir notificaciones de multas ambientales?					
II. SOSTENIBILIDAD						
Economía						
13	¿Considera usted que la empresa ha presentado retrasos en las remuneraciones mensuales?					
14	¿La empresa le ha presentado retrasos con los materiales en las obras por falta de efectivo?					
15	¿Considera usted que La empresa controla la cantidad de insumos y materiales para la elaboración de servicios?					
16	¿Consideras que la empresa lleva el registro de sus ingresos y egresos?					
Social						
17	¿La empresa le asigna a usted tareas específicas que los conduzcan a la especialización de su puesto?					
18	¿Considera usted que el rubro de la empresa mejora la calidad de vida de la comunidad donde opera?					
19	¿Considera usted que la empresa motiva constantemente a mejorar sus habilidades y conocimientos?					
20	¿Considera usted que la empresa es ética y transparente?					
Ambiental						
21	¿Usted utiliza maquinaria, materiales y herramientas limpias?					
22	¿Usted participa en los programas de monitoreos ambientales?					
23	¿Usted utiliza algún tipo de maquinaria, materiales y herramientas que no contaminen el medio ambiente y no afecten a su salud y de otras personas de su entorno?					
24	¿Usted utiliza desmontes o desperdicios de materiales no utilizados para la elaboración de productos o servicios?					

ANEXO N° 2. Operacionalización de la variable sostenibilidad.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES
SOSTENIBILIDAD	<p>Andreu y Fernández (2011) menciona que: Con el fin de crear valor y aproximarse al negocio, es necesario cambiar. Una línea de avance puede ser la Sostenibilidad Corporativa. Para el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), "es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social" (pág. 1).</p>	<p>Está compuesto por económico, social y ambiental</p>	ECONÓMICO	Control de remuneración de trabajadores	Retrasos en las remuneraciones mensuales.
				Liquidez	Retrasos con los materiales en las obras por falta de efectivo.
				Productividad	Control de la cantidad de insumos y materiales para la elaboración de servicios.
				Reducción de costos	Registro de sus ingresos y egresos.
			SOCIAL	Especialización de colaboradores	Tareas específicas que los conduzcan a la especialización de su puesto.
				Creación de valor para la sociedad.	Calidad de vida de la comunidad donde opera
				Calidad de vida	Motiva constantemente a mejorar sus habilidades y conocimientos
				Ética y transparencia	Ética y transparente.
			AMBIENTAL	Uso de tecnologías y materiales limpios	Maquinaria, materiales y herramientas limpias
				Programas de monitoreo ambientales	Participa en los programas de monitoreos ambientales.
				Salud y bienestar de trabajadores y de la comunidad	Tipo de maquinaria, materiales y herramientas que no contaminen el medio ambiente y no afecten a su salud y de otras personas de su entorno
				Reducción de residuos	Desmontes o desperdicios de materiales no utilizados para la elaboración de productos o servicios

ANEXO N° 3. Operacionalización de la variable valor compartido

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
VALOR COMPARTIDO	Porter y Kramer (2011) (como se citó en Sanchis y Campos, 2019) los autores que hacen prevalecer el concepto de la creación de valor compartido afirman que “la intersección entre el valor económico y el valor social es lo que denominan valor compartido. Según esta perspectiva, la creación de valor social influye positivamente en la creación de valor económico y garantiza la sostenibilidad de la empresa” (pág. 444).	Está compuesto por el valor económico, valor social y valor ambiental	VALOR ECONÓMICO	Benchmarking de pago de salarios por encima de la industria	Pago de salarios por encima de las otras organizaciones del mismo rubro
				Compras a servicios locales	Participación en compras a proveedores de su mismo distrito
				Bonos anuales, además del reporte de utilidades	Bonos anuales, además del reporte de utilidades
				Nuevos empleos	Creación de nuevos empleos
			VALOR SOCIAL	Gestión de riesgos asociados con el entorno	Gestión de riesgos asociados al entorno
				Participación de los colaboradores en la toma de decisiones	Participación en la toma de decisiones
				Búsqueda de estabilidad de los proveedores	Búsqueda de estabilidad de los proveedores
				Medición de transparencia con los clientes	Medición de satisfacción de los clientes
			VALOR AMBIENTAL	Residuos sólidos reciclados	Reciclaje de residuos sólidos
				Papel reciclado	Reciclaje de papel
				Equipos de oficina, maquinarias recicladas	transparente respecto de su impacto ambiental
				Frecuencia de auditoría de los procesos desde el punto de vista ambiental	Auditar procesos desde el punto de vista ambiental

ANEXO N° 4. Matriz de consistencia.

Formulación de problema	Objetivos	Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	
¿Qué relación existe entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020?	Determinar la relación entre el valor compartido y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.	Identificar la relación entre valor económico y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca 2020.	SOSTENIBILIDAD	SOCIAL	Especialización de colaboradores	ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS	
					Creación de valor para la sociedad		
					Calidad de vida		
					Ética y transparencia		
				ECONOMICO	Reducción de costos		
					Control de remuneración de trabajadores		
		Liquidez					
		Productividad					
		AMBIENTAL	Identificar la relación entre valor social y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca 2020.	VALOR COMPARTIDO	VALOR ECONÓMICO		Especialización de colaboradores
							Creación de valor para la sociedad
							Calidad de vida
							Ética y transparencia
	Identificar la relación entre valor ambiental y la sostenibilidad en la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca 2020.	VALOR COMPARTIDO	VALOR ECONÓMICO	Benchmarking de pago de salarios por encima de la industria.			
				Compras a servicios locales			
				Bonos anuales, además del reporte de utilidades			
				Nuevos Empleos			
VALOR SOCIAL				Gestión de riesgos asociados con el entorno			
				Participación de los colaboradores en la toma de decisiones			
				Búsqueda de estabilidad de los proveedores			
				Búsqueda de estabilidad de los proveedores			
VALOR AMBIENTAL	VALOR COMPARTIDO	VALOR AMBIENTAL	Residuos sólidos reciclados				
			Papel reciclado				
			Equipos de oficina, maquinarias recicladas				
			Frecuencia de auditoría de los procesos desde el punto de vista ambiental				
Es transparente respecto a su impacto ambiental							
Notificaciones de multas ambientales							
						ENCUESTAS, CUESTIONARIOS Y ENTREVISTAS	

ANEXO N° 5. Distribución de Frecuencia de Edad del cuestionario.

Tabla17

Rango de Edades.

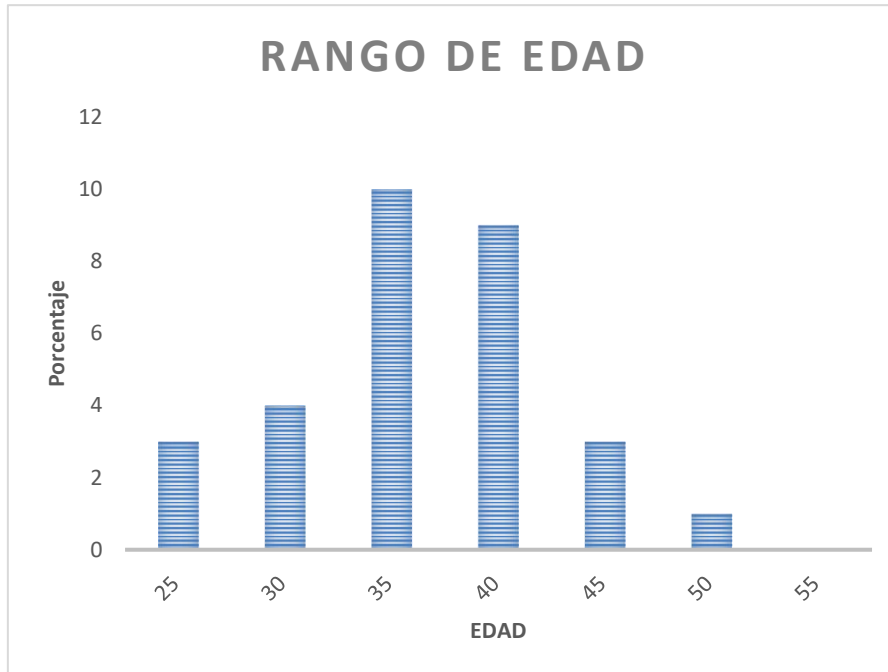
<i>EDAD</i>						<i>Acumulativo</i>		
<i>Inferior</i>		<i>Superior</i>	<i>Media</i>	<i>Amplitud</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
25	<	30	28	5	3	10.0	3	10.0
30	<	35	33	5	4	13.3	7	23.3
35	<	40	38	5	10	33.3	17	56.7
40	<	45	43	5	9	30.0	26	86.7
45	<	50	48	5	3	10.0	29	96.7
50	<	55	52	5	1	3.3	30	100.0
					30	100.0		

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 6. Representación de rango de Edad del cuestionario

Figura3

Rango de Edades.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 7. Distribución de Frecuencia de Género del cuestionario.**Tabla18***Género de Colaboradores.*

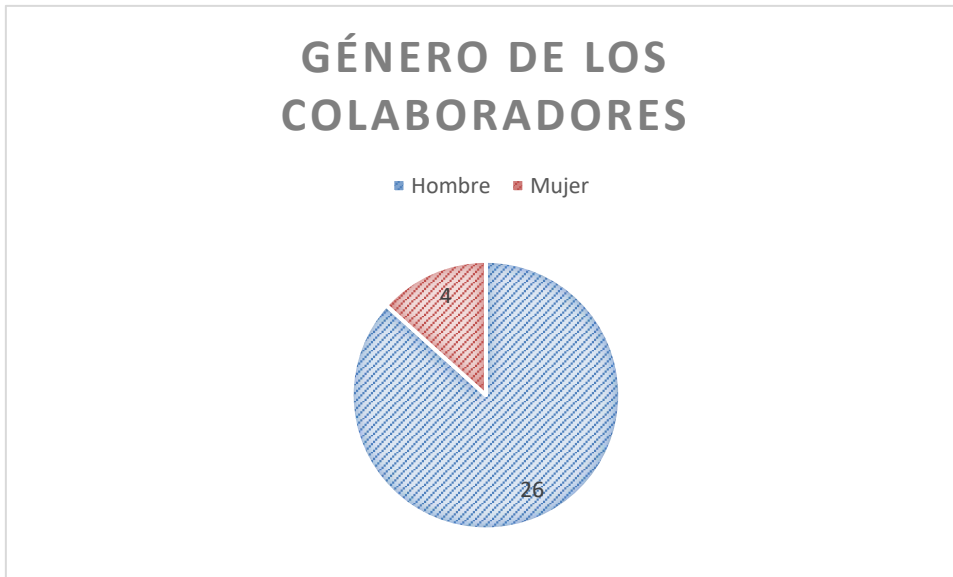
SEXO	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Hombre	26	86.7
Mujer	4	13.3
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 8. Representación de género del cuestionario.

Figura4

Género de los colaboradores.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 9. Distribución de Frecuencia de puesto del cuestionario.

Tabla19

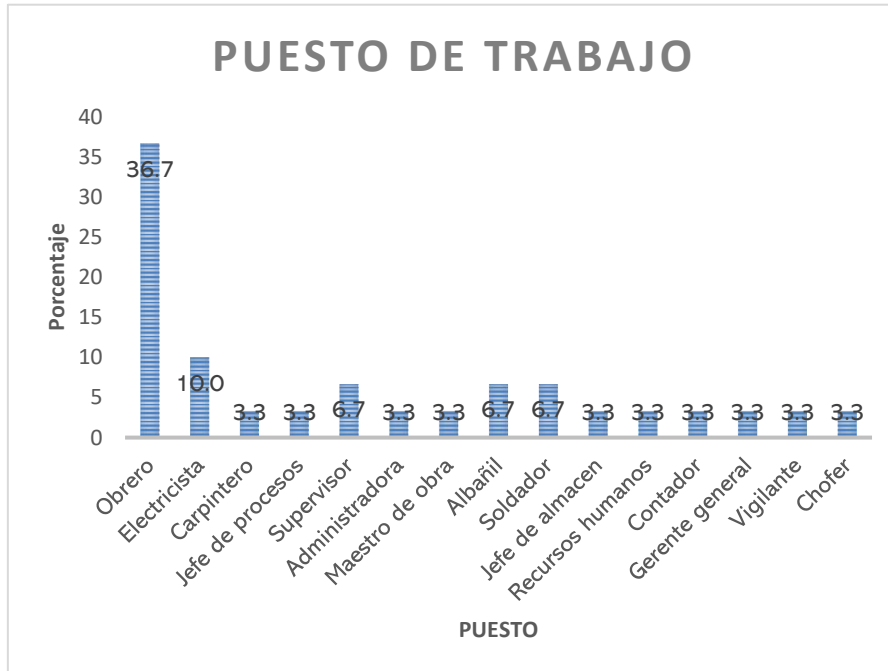
Puesto de Colaboradores.

PUESTO	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Obrero	11	36.7
Electricista	3	10.0
Carpintero	1	3.3
Jefe de procesos	1	3.3
Supervisor	2	6.7
Administradora	1	3.3
Maestro de obra	1	3.3
Albañil	2	6.7
Soldador	2	6.7
Jefe de almacén	1	3.3
Recursos humanos	1	3.3
Contador	1	3.3
Gerente general	1	3.3
Vigilante	1	3.3
Chofer	1	3.3
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 10. Representación de puesto del cuestionario.

Figura5
Puesto de Trabajo.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 11. Distribución de Frecuencia de Procedencia del cuestionario.**Tabla20***Procedencia de Colaboradores.*

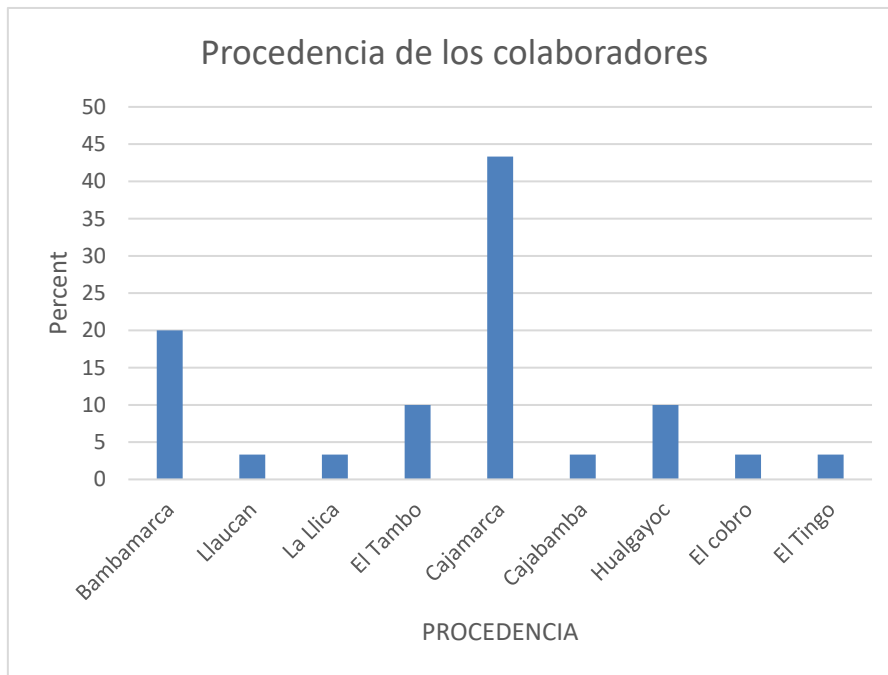
PROCEDENCIA	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Bambamarca	6	20.0
Llaucan	1	3.3
La Llica	1	3.3
El Tambo	3	10.0
Cajamarca	13	43.3
Cajabamba	1	3.3
Hualgayoc	3	10.0
El cobro	1	3.3
El Tingo	1	3.3
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 12. Representación de procedencia de los colaboradores

Figura6

Procedencia de Colaboradores.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 13. Porcentaje del 1 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla21

Pago de salarios de Colaboradores.

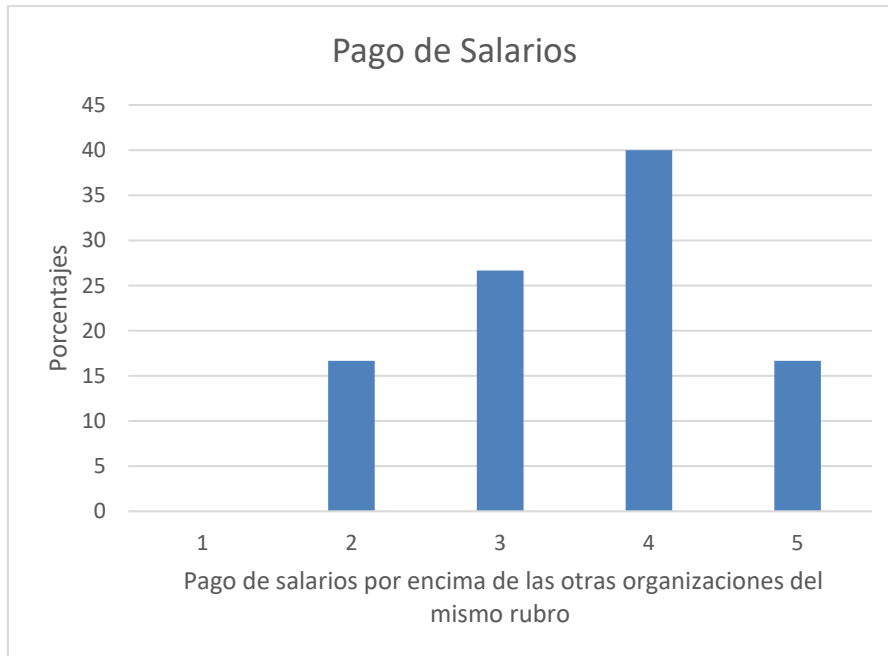
Pago de salarios por encima de las otras organizaciones del mismo rubro		
	<i>Frecuencia</i>	<i>porcentaje</i>
1	0	0.0
2	5	16.7
3	8	26.7
4	12	40.0
5	5	16.7
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 14. Representación del 1 ítem de Valor compartido.

Figura7

Pago de Salario



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 15. Porcentaje del 2 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla22

Participación en compras a proveedores.

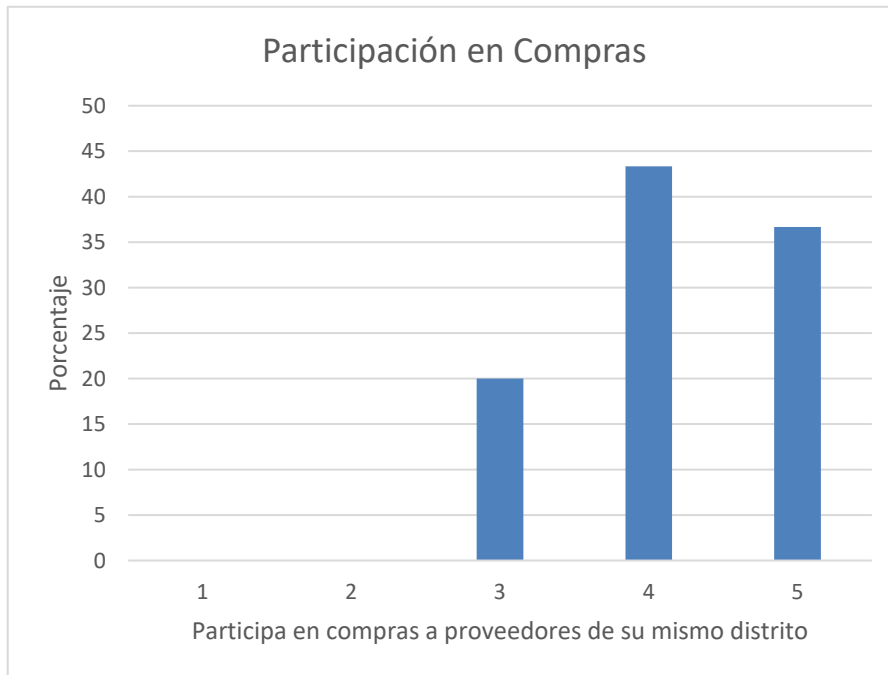
Participa en compras a proveedores de su mismo distrito		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	0	0.0
2	0	0.0
3	6	20.0
4	13	43.3
5	11	36.7
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 16. Representación del 2 ítem de Valor compartido.

Figura8

Participación de compra.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 17. Porcentaje del 3 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla23

Bonos y utilidades.

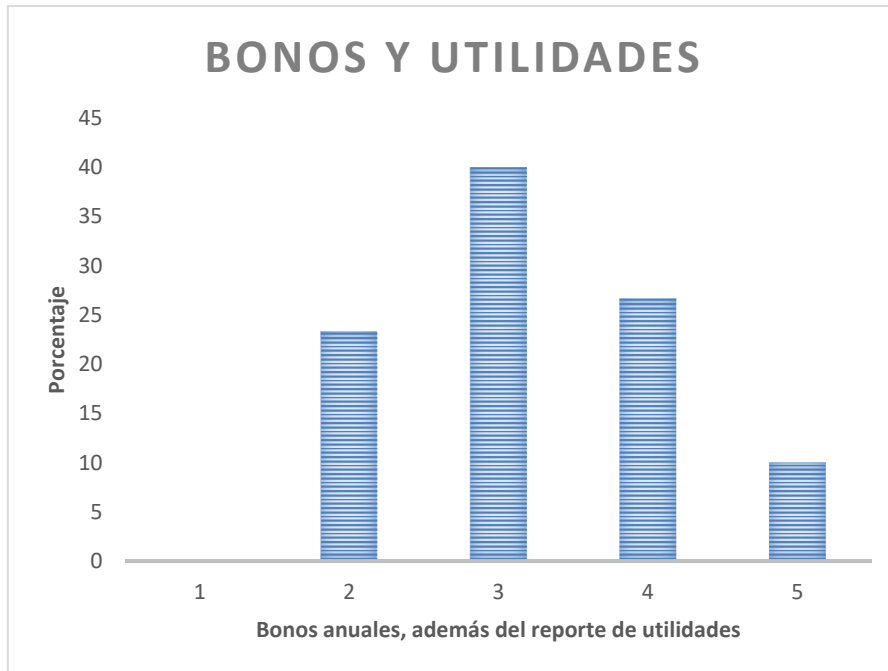
Bonos anuales, además del reporte de utilidades		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	0	0.0
2	7	23.3
3	12	40.0
4	8	26.7
5	3	10.0
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 18. Representación del 3 ítem de Valor compartido.

Figura9

Bonos y Utilidades.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 19. Porcentaje del 4 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla24

Crear nuevos empleos.

**Creo nuevos empleos durante el año
2020**

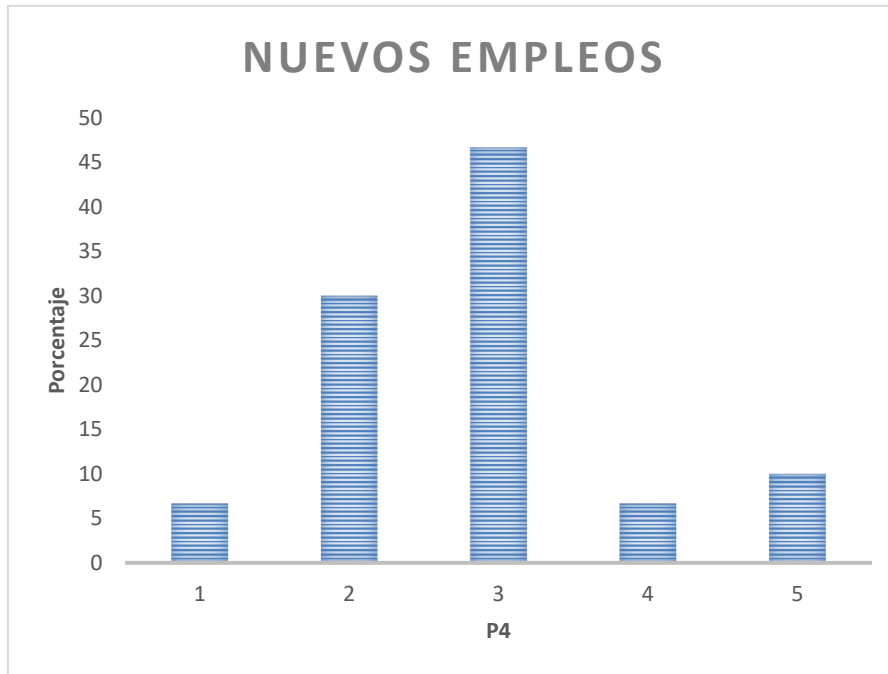
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	2	6.7
2	9	30.0
3	14	46.7
4	2	6.7
5	3	10.0
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 20. Representación del 4 ítem de Valor compartido.

Figura10

Crear nuevos empleos.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 21. Porcentaje del 5 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla25

Gestión de Riesgos.

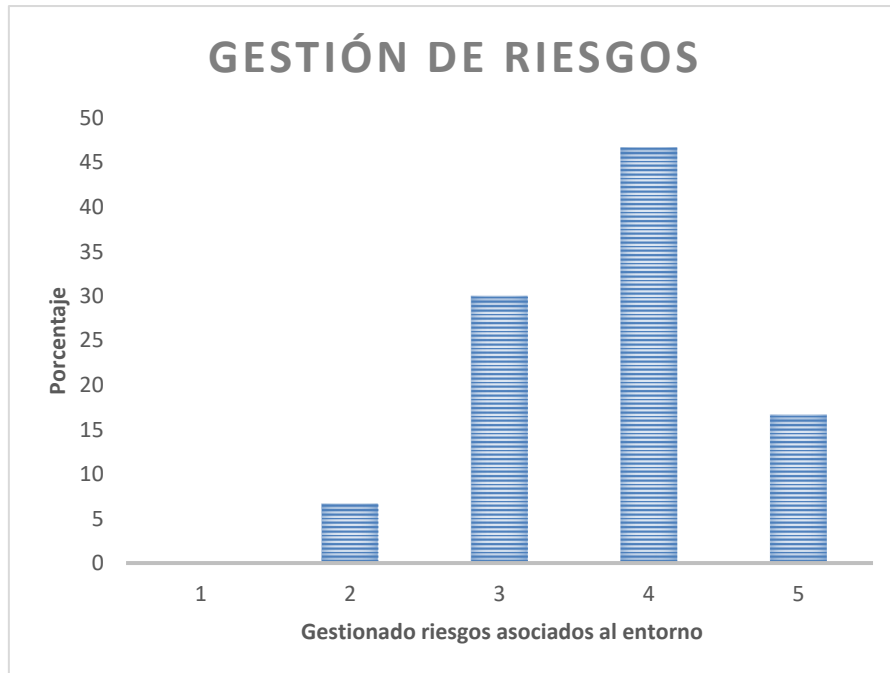
	Gestionados riesgos asociados al entorno	
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	0	0.0
2	2	6.7
3	9	30.0
4	14	46.7
5	5	16.7
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 22. Representación del 5 ítem de Valor compartido.

Figura11

Gestión de Riesgos.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 23. Porcentaje del 6 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla26

Toma de decisiones.

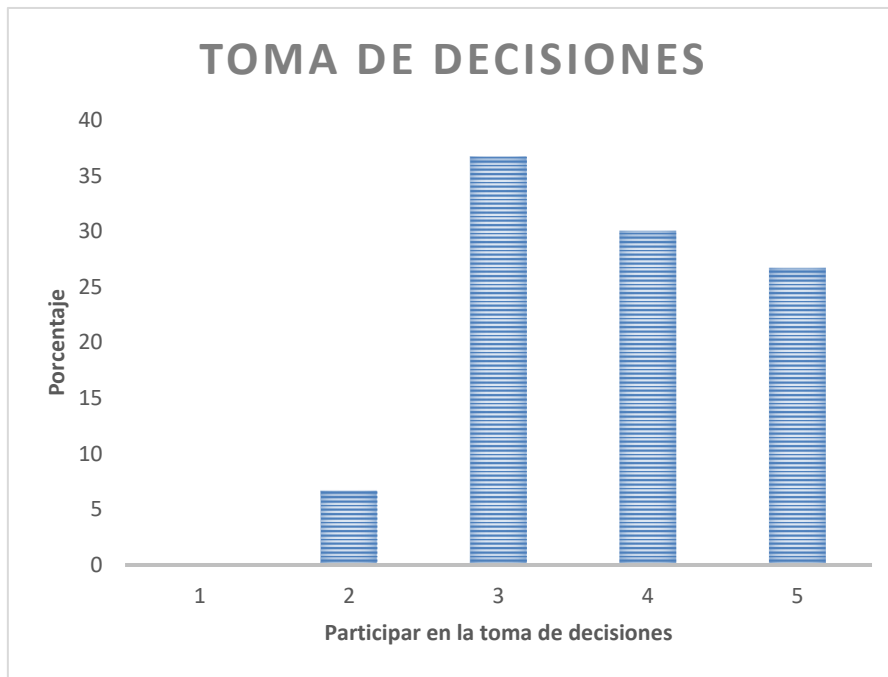
Participar en la toma de decisiones			
		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1		0	0.0
2		2	6.7
3		11	36.7
4		9	30.0
5		8	26.7
		30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 24. Representación del 6 ítem de Valor compartido.

Figura12

Toma de decisiones.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 25. Porcentaje del 7 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla27

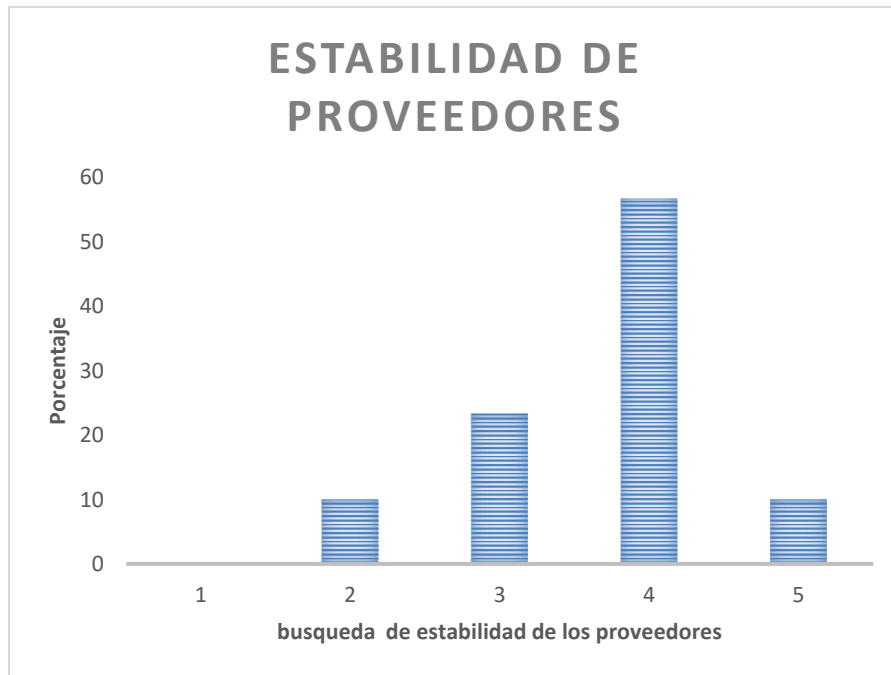
<i>Búsqueda de estabilidad de los proveedores</i>				<i>Estabilidad de Proveedores.</i>
		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	
	1	0	0.0	
	2	3	10.0	
	3	7	23.3	
	4	17	56.7	
	5	3	10.0	
		30	100.0	

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 26. Representación del 7 ítem de Valor compartido.

Figura13

Estabilidad de proveedores.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 27. Porcentaje del 8 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla28

Satisfacción a los clientes

Medición la satisfacción de los clientes			
		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1		0	0.0
2		3	10.0
3		13	43.3
4		6	20.0
5		8	26.7
		30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 28. Representación del 8 ítem de Valor compartido.

Figura14

Satisfacción de los clientes.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 29. Porcentaje del 9 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla29
Residuos.

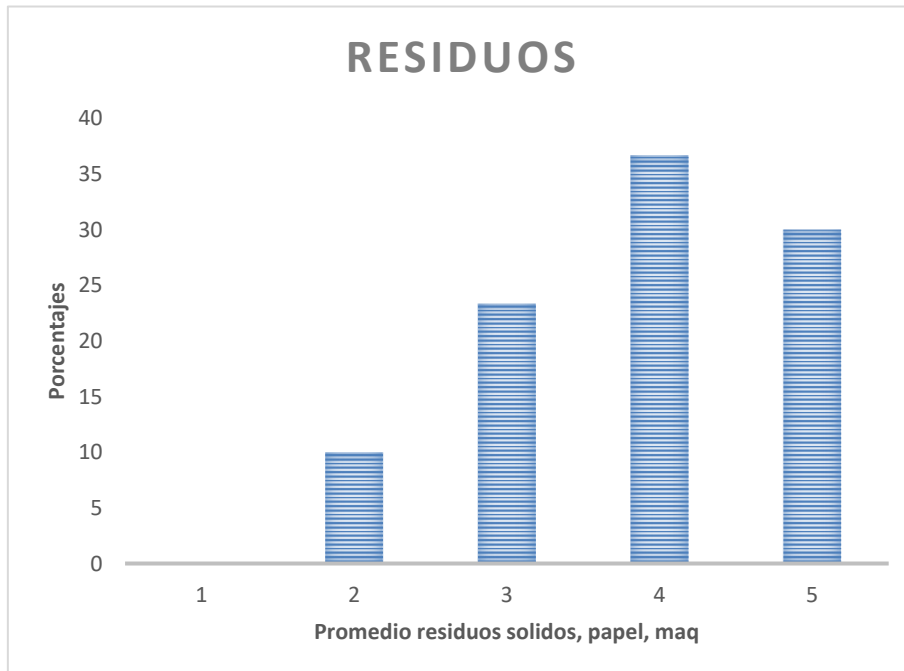
Promedio residuos sólidos, papel, Maquinaria		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	0	0.0
2	3	10.0
3	7	23.3
4	11	36.7
5	9	30.0
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 30. Representación del 9 ítem de Valor compartido.

Figura15

Residuos.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 31. Porcentaje del 10 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla30

Auditoría ambiental.

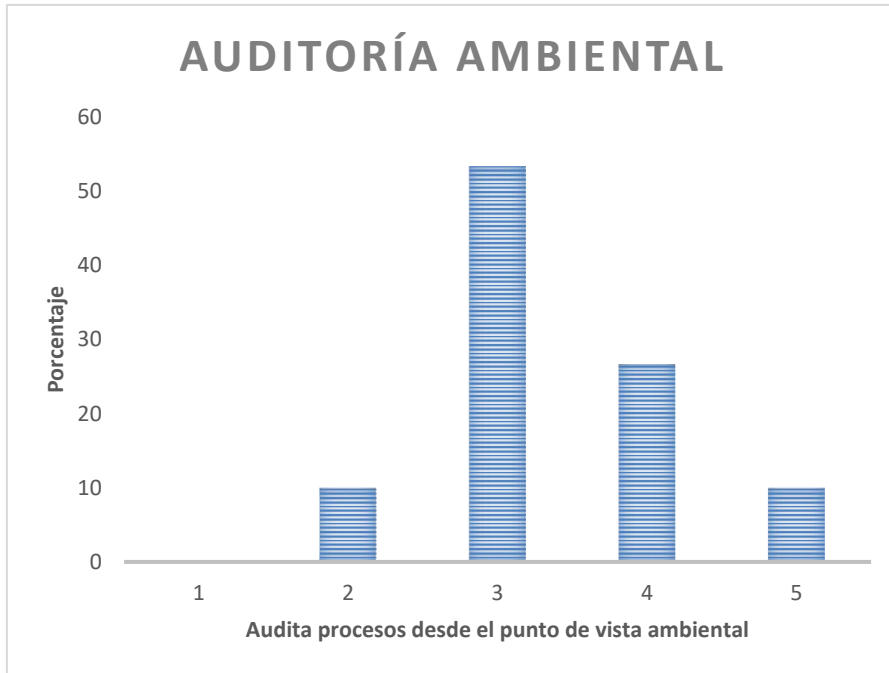
<i>audita procesos desde el punto de vista ambiental</i>			
		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
	1	0	0.0
	2	3	10.0
	3	16	53.3
	4	8	26.7
	5	3	10.0
		30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 32. Representación del 10 ítem de Valor compartido.

Figura16

Auditoría ambiental.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 33. Porcentaje del 11 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla31

Transparencia ambiental.

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat,

la empresa es transparente respecto de su impacto ambiental

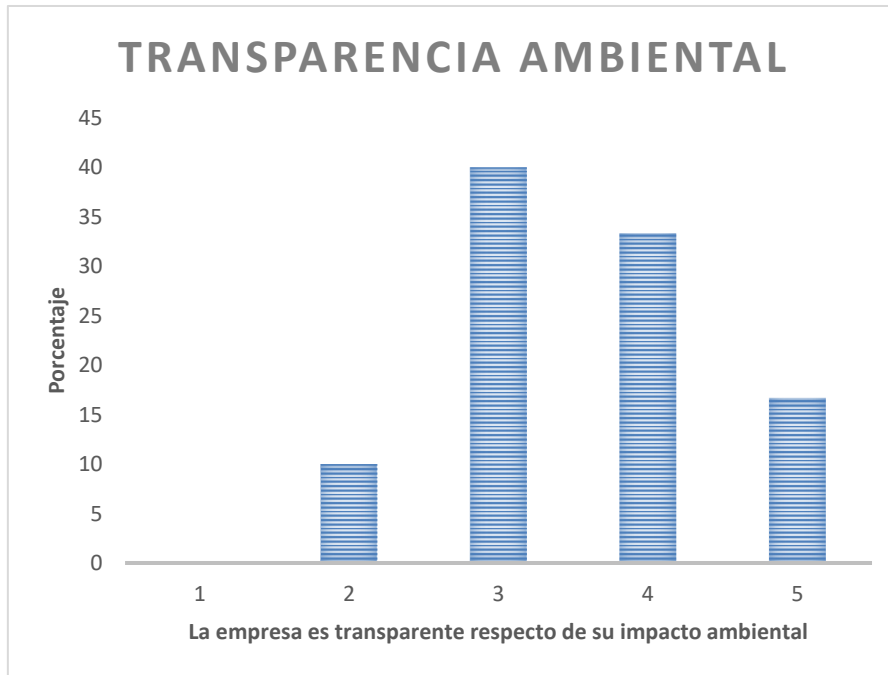
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	0	0.0
2	3	10.0
3	12	40.0
4	10	33.3
5	5	16.7
	30	100.0

mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO N° 34. Representación del 11 ítem de Valor compartido.

Figura17

Transparencia ambiental.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO n. °35. Porcentaje del 12 ítem de Valor compartido.

Los valores de los números 1,2,3,4 y 5 son los siguientes:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Tabla32

Multas ambientales.

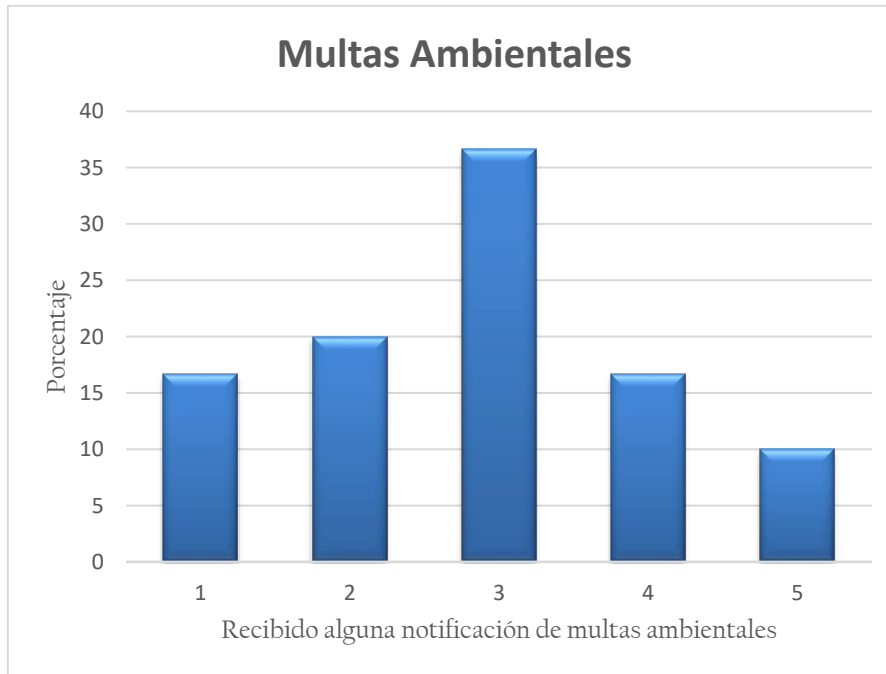
Recibido alguna notificación de multas ambientales		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	5	16.7
2	6	20.0
3	11	36.7
4	5	16.7
5	3	10.0
	30	100.0

Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.

ANEXO n. °36. Representación del 12 ítem de Valor compartido.

Figura18

Multas ambientales.



Nota. Responsable de elaboración de Tesis, obtenido por el procesador de MegaStat, mediante la aplicación de Excel para evaluar la relación del valor compartido y sostenibilidad de la empresa 111 Consulting Group SRL, Cajamarca, 2020.