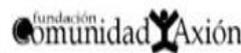


X CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN



Baños de Agua Santa - Ecuador
25, 26 y 27 de noviembre del 2020

Ciencias Administrativas Ciencias de la Educación Ciencias Sociales y Ciencias de la Salud

X
CONGRESO
INTERNACIONAL DE
**INVESTIGACIÓN
E INNOVACIÓN**

Creación de Valor Compartido y Desarrollo Organizacional: Revisión Sistemática de Literatura

**Aida Ximena
León Guatame**



Phd(c) Administración de la Universidad Externado de Colombia, Bogotá (2020), **Magister en Pedagogía** de la Universidad La Sabana, **Especialista en Gerencia Financiera y Profesional en Mercadeo** de la Universidad Jorge Tadeo Lozano

**Jennifer
Gómez Celis**



Master en Dirección de Empresas (MBA) de la Universidad de Palermo en Argentina y **Profesional en Mercadeo y Publicidad** del Politécnico Granacolombiano

GRUPO DE INVESTIGACIÓN
MERCADEOI+2

Escuela de
**Marketing
& Branding**

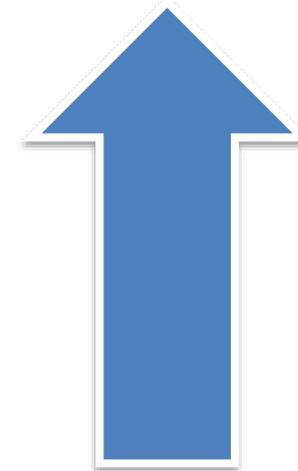


La Creación de Valor Compartido (CVC)

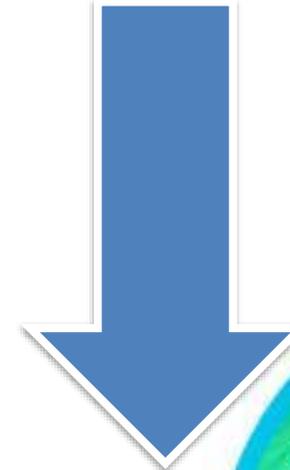
Desarrollar su potencial (Dembek, 2015) y lograr transformación a largo plazo en las economías capitalistas (Rocchi y Ferrero, 2014), Nestlé logrando beneficios importantes, tanto para la compañía, como para la sociedad (Porter, 2011) (Christensen, 2013) (Segredo, 2017).



Sin definición (Crane et al., 2014) alcance y capacidad de transformación (de los Reyes, 2019). Es poco lo que se ha logrado concluir acerca de su implementación (Engert y Baumgartner, 2016).



Promueven



Cuestionan



Desarrollo Organizacional (DO)

DO gestiona el cambio (Segredo, 2017)

- Mayor eficiencia organizacional
- Transformación:
 - Creencias, actitudes, valores y estructuras.
- Reto
 - Lograr la adaptabilidad



Objetivos del estudio

Pregunta

- ¿Qué se ha avanzado en la literatura sobre DO en la CVC?

Objetivo general

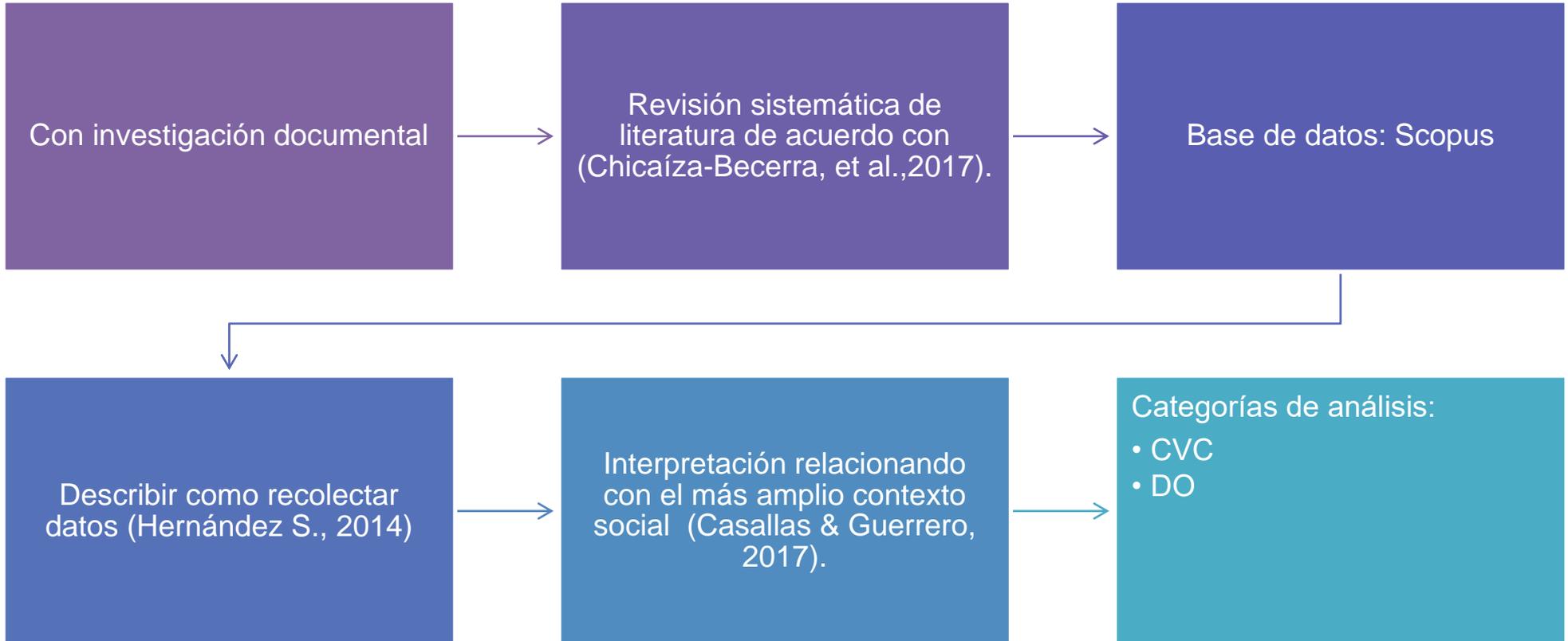
- Analizar los factores de Desarrollo Organizacional (DO) que se han abordado en la literatura de la CVC.

Objetivos específicos

- Plantear los determinantes del DO
- Relacionar investigaciones de la CVC en los factores determinantes de DO
- Establecer líneas de investigación futuras



Metodología de Investigación



La CVC (Porter y Kramer, 2011)

Lleva al capitalismo a su forma más avanzada.
Con la generación de propuestas de negocios.

Conecta el desarrollo empresarial con el
desarrollo social.

Impulsado por el capitalismo

Corporaciones por su impacto negativo
afectan su reputación.

DO (Portes, 2010)

Considera como determinantes del cambio

Cultura organizacional (valores, normas,
roles e instituciones).

Estructura social (poder, estructura de
clases, jerarquías de estados y
organizaciones).

Valores (Ecles et al., 2012), (Miethlich y Šlahor , 2018)

Empresas que adoptan compromisos sociales prestan mayor atención a la externalidad y tienen una mejor relación con sus Stakeholders

Normas (Lee, 2011)

Las estrategias sociales son influenciadas y creadas para responder a presiones externas que obligan a la empresa a adaptarse.

Las presiones de organizaciones estatales, ONG's, empleados o ciudadanos del común para la creación de nuevas normas

Roles (Khadem, 2002), (Ecles et al., 2012)

Determinar recursos necesarios, capacidades, resultados esperados, su relación con los stakeholders y cómo será su interacción.

Definir rol funcional de los empleados, por ser las partes interesadas más importantes. Quienes ejecutan y actúan con los valores y las normas establecidas.

Instituciones (Nee, 2011)

El intercambio económico está ligado al intercambio social, por tanto, la relación entre los individuos, las empresas y el estado moldean las economías.

Resultados – ESTRUCTURA SOCIAL -

Poder (Obstruccionista, defensiva, cómoda o proactiva) (Lee, 2011)



Estructura de Clases (Nee, 2005), (Lee, 2011)



Relaciones entre firmas y organizaciones (Ekowati y Hadu, 2019), (White et al. 2016), (Shin, 2020), (Faghat et al., 2020), (Ribeiro et al., 2018)



Jerarquía de estado (De los Reyes y Scholz, 2019) (Nee, 2011) Organizaciones (White et al. 2016) (Lubis et al., 2019)

Tabla No.2. Categorías determinantes del cambio aplicadas a (CVC)

Categoría DO	Estrategias Sociales (CVC)	Autor
Valores	Las compañías que adoptan compromisos sociales y/o ambientales prestan una mayor atención a la externalidad lo que les permite contar con una mejor y más profunda relación con sus stakeholders.	(Ecles et al., 2012) (Miethlich y Šlahor, 2018) (Bonn y Fisher, 2011) (Font et al., 2016)
Normas	Las estrategias sociales que implementan las compañías son altamente influenciadas y creadas a los fines de responder a presiones externas que obligan a la empresa a adaptarse a los requerimientos de las sociedades donde laboran. Tales presiones son ejercidas por organizaciones estatales, ONG's, empleados o ciudadanos del común para la creación de nuevas normas capaces de limitar estrategias, estructuras o procedimientos en la empresa.	(Lee, 2011) (Engert y Baumgartner, 2016)
Roles	Dentro de la aplicación de nuevas estrategias -en el presente caso, estrategias sociales- se deben definir los recursos necesarios, las capacidades, los resultados esperados, la relación con los stakeholders y cómo será la interacción con los mismos. Principalmente el rol funcional que tendrán cada uno de los empleados, por ser las partes interesadas más importantes y quienes ejecutan y actúan con los valores y las normas establecidas.	(Khadem, 2002) (Ecles et al., 2012) (Font et al., 2016) (Aguilera et al., 2007) (Ali et. al., 2010)
Poder	El contexto influye y presiona a las empresas a tomar decisiones de estrategias sociales. Sin embargo, el poder de decisión corresponde es la Junta directiva y o CEO's quienes influyen en gran medida su implementación y determina que posición a tomar frente a estrategias sociales, la cual puede ser: Obstruccionista, defensiva, cómoda o proactiva.	(Lee, 2011) (Petrenko et al., 2016)
Estructura de Clases	La Teoría Institucional y la Teoría de Stakeholders moldea la cultura y el comportamiento de las partes interesadas a fin de crear valor y transmitir el significado institucional.	(Nee, 2005) (Lee, 2011) (Font et al., 2016)
Jerarquías de estado	Dentro de las ordenanzas de la junta directiva, los gerentes de altos nivel se enfrentan a disyuntivas al tener que enfrentar dilemas de lucro en el corto plazo, complejidad en los procesos de reestructuración y en la medición de los resultados.	(De los Reyes y Scholz, 2019) (Nee, 2011) (Bonn y Fisher, 2011)
Instituciones	El intercambio económico está ligado al intercambio social, por tanto, la relación entre los individuos, las empresas y el estado moldean las economías.	(Nee, 2011)
Organizaciones	Las estrategias que impactan a nivel social logran ser altamente efectivas a fin de desarrollar negocios, dado que permiten mejorar el valor de marca, el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios, un mayor acercamiento con las comunidades, los clientes y los empleados y un mejor posicionamiento a fin de enfrentar la volatilidad en el entorno.	(White et al., 2016) (Lubis et al., 2019) (Hameed et al., 2016)
Relaciones entre firmas y organizaciones	Son importantes las asociaciones de la empresa con el gobierno y otras entidades a los fines de implementar estrategias de carácter social. Además resulta importante la escucha activa de las comunidades en que la empresa opera.	(Ekowati y Hadu, 2019) (White et al., 2016) (Shin, 2020) (Faghat et al., 2020) (Ribeiro et al., 2018)

El abordaje de la CVC ha sido alineado con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

El gobierno corporativo se caracterizan por mantener el involucramiento desde la junta directiva, para cumplir con objetivos sustentables (Eccles, 2012).

Mayor involucramiento de la junta directiva

- Mayor atención a su entorno
- Mejores relaciones con Stakeholders
- Mejor posicionamiento

La unión entre RSC y DO se interpreta desde Lee (2011):

Los factores que influyen las estrategias de RSC son estudiadas por la Teoría del Institucionalismo y la Teoría de los Stakeholders

Resultan ser interdependientes y ejercen influencia y acción sobre las acciones de RSC

Los mecanismos institucionales requieren que los actores interpretan y transmiten el significado institucional a las organizaciones focales.

Las instituciones moldean o crean las normas pero son los Stakeholders quienes actúan, desempeñan y las influncian.

En cuanto al abordaje del DO

Alinear la estrategia organizacional con la visión de la empresa, los procesos y las responsabilidades del talento humano para generar una cultura de empoderamiento, colaboración, resolución de problemas y aprendizaje

Para cumplimiento de una meta en común Khadem (2002)

El intercambio económico está ligado al intercambio social, dado por las relaciones que se gestan entre los individuos, las organizaciones y el estado, los cuales moldean las economías y dan lugar a disyuntivas entre los mismos. Khadem (2002)

Las disyuntivas entre sobrevivir y mantener su lucro en mercados competitivos, lo anterior resulta ser influenciado por el estado.

Las estrategias que impactan a nivel social como programas de participación comunitaria (Ekowati y Hadu, 2019) -

Mejorar el valor de marca, el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios

Mayor acercamiento con las comunidades y los clientes

Mejor posicionamiento a fin de enfrentar la volatilidad en el entorno.

Crear satisfactores desde la innovación adaptable, en satisfacción de necesidades en la CVC (Lubis et al., 2019).

Líneas de investigación

Estrategia organizacional
de la CVC

Medición valor de marca
al implementar CVC

Medición de la
productividad y
rentabilidad al
implementar estrategias
de CVC y DO

Entendimiento
interdisciplinar de la
CVC y el DO



- Arena, M., Azzone, G., & Piantoni, G. (2020). *Shared value creation during site decommissioning: A case study from the energy sector*. *Journal of Cleaner Production*, 251, 119587. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119587>
- Breidahl, K. N., Holtug, N., & Kongshøj, K. (2017). Do shared values promote social cohesion? If so, which? Evidence from Denmark. *European Political Science Review*, 10(1), 97-118. <https://doi.org/10.1017/s1755773916000266>
- Chan, P. C. W. (2017). Shared values of Singapore: sexual minority rights as Singaporean value. *The International Journal of Human Rights*, 13(2-3), 279-305. <https://doi.org/10.1080/13642980902758150>
- Chen, S., & Xu, A. (2020). Uniqueness on entire functions and their nth order exact differences with two shared values. *Open Mathematics*, 18(1), 211-215. <https://doi.org/10.1515/math-2020-0022>
- Chicaíza-Becerra, L., & Riaño-Casallas, M. I. (2017). *Revisión Sistemática de la Literatura en Administración*. June, 18. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15345.8944>
- Crane, A., Palazzo, G., Spence, L.J., Matten, D., (2014). Contesting the value of "creating shared value. *Calif. Manag. Rev.* 56 (2), 130e153.
- Christiansen, N. (2013) "Business Initiatives That Overcome Rural Poverty and Marginality Through Creating Shared Value". In J. von Braun, & F. W. Gatzweiler, *Marginality: Addressing the Nexus of Poverty, Exclusion and Ecology*. Dordrecht Heidelberg New York London: Springer. pp. 353-364. July 2013.
- de los Reyes, G., & Scholz, M. (2019). *The limits of the business case for sustainability: Don't count on 'Creating Shared Value' to extinguish corporate destruction*. *Journal of Cleaner Production*, 221, 785-794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.187>
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2012). The impact of a corporate culture of sustainability on corporate behavior and performance (No. W17950). Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Ekowati, S. D., & Hadi, S. P. (2019). *The Impact of Pupuk Kaltim's Creating Shared Value (CSV) program for Fishermen on Tanjung Limau Bontang*. *E3S Web of Conferences*, 125, 02012. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201912502012>
- Faghat, E. R. B., Khani, N., & Alemtabriz, A. (2020). A paradigmatic model for shared value innovation management in the supply chain. *International Journal of Innovation Science*, 12(1), 142-166. <https://doi.org/10.1108/ijis-07-2019-0074>
- Hao, W.-J., & Chen, J.-F. (2018). Uniqueness of L-Functions Concerning Certain Differential Polynomials. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2018, 1-12. <https://doi.org/10.1155/2018/4673165>
- Hörisch, J., Freeman, R. E., & Schaltegger, S. (2014). Applying stakeholder theory in sustainability management: links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework. *Organization & Environment*, 27(4), 328-346.



Referencias

- Khadem, R. (2002). Alineación Total: Cómo convertir la visión de la empresa en realidad. Editorial Norma.
- Kotler, P., & Lee, N. (2004). Best of Breed 2016. Stanford Social Innovation Review, 13–23. <http://c4lpt.co.uk/top100tools/best-of-breed/>
- Lee, M. P. (2011, 20 febrero). Configuration of External Influences: The Combined Effects of Institutions and Stakeholders on Corporate Social Responsibility Strategies. Journal of Business Ethics. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0814-0>
- Lei, C., Fang, M., & Yang, D. (2007). Normal families and shared values of meromorphic functions. Proceedings of the Japan Academy, Series A, Mathematical Sciences, 83(3), 36-39. <https://doi.org/10.3792/pjaa.83.36>
- Liu, Z., & Cao, T. (2017). Zalcman's lemma and normality concerning shared values of holomorphic functions and their total derivatives in several complex variables. Rocky Mountain Journal of Mathematics, 49(8), 2689-2716. <https://doi.org/10.1216/rmj-2019-49-8-2689>
- Lubis, M., Fauzi, R., Sutoyo, E., & Abdulmana, S. (2019). Responsive Innovation through Perceived Shared Values and Preferences of Customers. Journal of Physics: Conference Series, 1361, 012075. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1361/1/012075>
- Miethlich, B., & Šlahor, L. (2018). Employment of persons with disabilities as a corporate social responsibility initiative: Necessity and variants of implementation. CBU International Conference Proceedings, 6, 350-355. <https://doi.org/10.12955/cbup.v6.1181>
- Nee, V. (2005). The new institutionalisms in economics and sociology. The handbook of economic sociology, 2, 49-74
- Nikšič, M., Tominc, B., & Goršič, N. (2018). Revealing residents' shared values through crowdsourced photography: Experimental approach in participatory urban regeneration. Urbani izziv, 29(supplement), 29-42. <https://doi.org/10.5379/urbani-izziv-en-2018-29-supplement-002>
- Nurhidayati, & Fachrunnisa, O. (2019). Communal Identity and Shared Value Toward Organizational Performance in the Context of Religious Knowledge Management. Advances in Intelligent Systems and Computing, 934-938. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22354-0_87
- Pan, B., & Lin, W. (2015). Angular value distribution concerning shared values. Rocky Mountain Journal of Mathematics, 45(6), 1919-1935. <https://doi.org/10.1216/rmj-2015-45-6-1919>



- Porter, M. E. and Kramer, M. R. (2011, enero). La creación de valor compartido, Harvard Business Review, América Latina, Boston: USA.
- Portes, A. (2010). Economic Sociology. A Systematic Inquiry. Princeton: Princeton University Press, 2010. Revista Internacional de Sociología, 70(1), 234-241. Recuperado de <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/446>
- Radford, M. L., Connaway, L. S., Mikitish, S., Alpert, M., Shah, C., & Cooke, N. A. (2017). Shared values, new vision: Collaboration and communities of practice in virtual reference and SQA. Journal of the Association for Information Science and Technology, 68(2), 438-449. <https://doi.org/10.1002/asi.23668>
- Ribeiro, T. D., Ferreira, P. A., & Vaz, M. J. (2018). *Creating shared value in Rock in Rio business model case study*. 2018 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), 1-6. <https://doi.org/10.23919/cisti.2018.8399348>
- Rocchi, M., Ferrero I. (2014). "Systematic Shared Value in Finance: Expanding Porter's Approach". Pamplona: Universidade de Navarra, Faculdade de Ciências Empresariais, 2014.
- Segredo Pérez, A., García Milian, A., León Cabrera, P., & Perdomo Victoria, I. (2016). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. Revista De Información Científica Para La Dirección En Salud. INFODIR, 0(24), 86-99. Recuperado de <http://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/200>
- Shin, N. (2020). *Creating Shared Value from Collaborative Logistics Systems: The Cases of ES3 and Flexe*. Asia Pacific Journal of Information Systems, 30(1), 214-228. <https://doi.org/10.14329/apjis.2020.30.1.213>
- Wei, Z., Zhang, Y., Xu, X., Shi, L., & Feng, L. (2017). A task scheduling algorithm based on Q-learning and shared value function for WSNs. Computer Networks, 126, 141-149. <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2017.06.005>
- White, T., Evans, J., Williamson, I. O., & Gillies, E. (2016). *Leveraging opportunities from digital disruption: A shared value approach at Australia Post*. Academy of Management Proceedings, 2016(1), 15103. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2016.230>



Gracias

