

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD  
PARA CREAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍAS EN  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**



**CRISTHIAN CAMILO PIAMBA CARVAJAL  
FABIÁN ANDRÉS AGREDO GUASCA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y ECONÓMICAS  
INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA MIXTA  
POPAYÁN – CAUCA  
2017**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD  
PARA CREAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍAS EN  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**



**CRISTHIAN CAMILO PIAMBA CARVAJAL  
FABIÁN ANDRÉS AGREDO GUASCA**

**Trabajo de grado para optar al título de Administradores De Empresas**

**DIRECTOR  
JUAN PABLO CASTRILLÓN FOSSI**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y ECONÓMICAS  
INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA MIXTA  
POPAYÁN – CAUCA**

**2017**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo es fruto del esfuerzo, compromiso y dedicación que gracias a la ayuda de Dios y mi familia he logrado culminar con éxito y satisfacción con el cual alcanzare una gran meta en mi vida que es ser Administrador de Empresas y por ello hoy puedo dedicar este proyecto a todas las personas que estuvieron conmigo e hicieron que pudiera hacerlo realidad

Primero que todo a Dios por siempre estar a mi lado y no dejarme caer jamás y por llevarme por un buen camino lleno de bendiciones, triunfos y alegrías, también por brindarme la sabiduría y conocimiento para poder afrontar los obstáculos que me encuentro en el camino y por hacer de mi una mejor persona cada día.

A mi madre Luz Marina Carvajal Velasco y mi padre Kelvin Felipe Piamba Colmenares, gracias por su apoyo incondicional, por estar siempre cuando los necesite, por toda la confianza que depositaron en mí y por todo el cariño y amor que me han dado, los amo mucho.

A mi hermano Ronald Felipe Piamba Carvajal que siempre está presente en el momento que lo necesite también por brindarme conocimientos los cuales han sido de mucha ayuda.

A mi hijo Daniel Camilo Piamba Araujo que es mi motor por el cual luchar cada día para salir adelante, poder darle un buen ejemplo a seguir y que se sienta orgulloso del padre que tiene y seguir creciendo junto a él

Finalmente quiero dedicar también este triunfo a Melissa Araujo quien es una persona muy importante en mi vida, la cual está siempre en las buenas y en las malas apoyándome día a día para salir adelante con mi proyecto de vida.

**CRISTHIAN PIAMBA**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado es el producto de la dedicación y lucha constante por alcanzar mi meta de ser un administrador de empresas, por lo tanto hoy puedo dedicarlo a cada una de las personas que aportaron todo su apoyo incondicional.

Primero que todo doy gracias a Dios y a la virgen María por guiarme siempre por el buen camino, llenándome de sabiduría para poder escalar cada prueba y de esa forma poder alcanzar mi meta de ser un profesional con principios y valores positivos para transmitirlos en el campo laboral.

Quiero dedicar este triunfo a mi hija Antonella Agredo quien es la persona por quien lucho día tras día para sacar adelante, de igual forma quiero que se sienta orgullosa del papa que tiene y sirva como ejemplo para su vida.

Dedicado con mucho cariño a mi madre Marisol Guasca y a mi padre Carlos Agredo porque fueron los que me impulsaron día a día para ser un profesional con el título de administrador de empresa, por tal razón sin ellos nada sería posible, porque gracias al fruto de trabajo y dedicación de muchos años lograron brindarme la educación adecuada para ser una persona de bien para la sociedad, gracias y mil gracias por confiar en mí.

A Paula Rengifo por estar siempre brindándome su apoyo incondicional en momentos difíciles y siendo de gran ayuda para alcanzar esta meta en mi vida.

A mis hermanas y sobrinos que siempre me dieron su voz de aliento en momentos difíciles de la carrera.

Las personas que aportaron su granito de arena para que todo fuera posible, Gracias e infinitas gracias, porque sin su apoyo nada sería posible y no tendría sentido la vida luchar día tras día para alcanzar mis metas.

**ANDRÉS AGREDO**

## **AGRADECIMIENTOS**

Al finalizar nuestro trabajo de investigación, queremos agradecer a todas las personas que hicieron parte de este proceso formativo.

Damos gracias primordialmente a Dios por darnos la inteligencia, sabiduría, entendimiento y la capacidad para finalizar nuestro proyecto de grado, de buena forma cumpliendo con cada uno de los objetivos propuestos.

A nuestras familias por su apoyo y compañía en cada instante en este largo camino, porque gracias a sus esfuerzos y sacrificios hoy se ven reflejados los frutos en la culminación de nuestra carrera profesional.

A cada uno de los docentes por brindarnos sus conocimientos y experiencias que nos servirán en el presente y futuro para ser cada día mejores profesionales.

Al director de trabajo grado Juan Pablo Castrillón Fossi, porque nos brindó todo el apoyo desde el inicio del proyecto hasta el final, guiándonos académicamente con su experiencia y profesionalismo, siendo de gran ayuda para cumplir con lo propuesto de nuestra tesis.

De igual forma agradecemos a cada miembro que pertenece a la corporación universitaria autónoma del cauca, especialmente a la facultad de ciencias administrativas, contables y económicas por convertirse en ejes fundamentales para nuestra formación profesional.

Infinitas gracias a todos.

**CRISTHIAN Y ANDRÉS**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA</b> .....	17
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	17
<b>1.3. OBJETIVOS</b> .....	21
<b>1.3.1 OBJETIVO GENERAL</b> .....	21
<b>1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	21
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	22
<b>2.1 ANTECEDENTES</b> .....	22
<b>2.1.1 ANTECEDENTES DE LAS PYME EN COLOMBIA</b> .....	22
<b>2.1.2 ANTECEDENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA</b> .....	23
<b>2.2 BASES TEÓRICAS</b> .....	24
<b>2.2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b> .....	28
<b>2.3 ASPECTOS LEGALES</b> .....	29
<b>2.4.1 Municipio de Popayán</b> .....	41
<b>2.5 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	42
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA</b> .....	46
<b>3.1 ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	46
<b>3.1.1 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b> .....	46
<b>3.1.1.1. MÉTODO CUALITATIVO:</b>	47
<b>3.1.1.2. MÉTODO CUANTITATIVO:</b>	47
<b>3.1.2 ENCUESTAS</b> .....	47
<b>3.1.2.1 POBLACIÓN Y MUESTRA: DETERMINACIÓN DEL MARCO MUESTRAL</b>	48
<b>3.1.2.2 SELECCIÓN TÉCNICA DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	48
<b>3.1.3 ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	49
<b>3.1.4 ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	49
<b>3.1.5 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA</b> .....	65
<b>3.2 ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	68
<b>3.2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO</b> .....	68
<b>3.2.1.1 CAPACIDAD DISEÑADA</b>	68
<b>3.2.1.2 CAPACIDAD INSTALADA</b>	68
<b>3.2.1.3 CAPACIDAD UTILIZADA</b>	69

<b>3.3.1 INSTALACIONES Y UBICACIÓN</b> .....	70
<b>3.3.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN</b> .....	70
<b>3.3.1.2 Variables consideradas para la determinación de la macro localización</b> .....	70
<b>3.3.1.3 MICRO LOCALIZACIÓN</b> .....	70
<b>3.3.1.4 Variables consideradas para la determinación del micro localización.</b> .....	71
<b>3.4.1 INSTALACIONES</b> .....	72
<b>3.4.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA</b> .....	73
<b>3.4.3 ÁREA ADMINISTRATIVA</b> .....	74
<b>3.4.4 PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS</b> .....	75
<b>3.4.4.1 MANUAL DE FUNCIONES</b> .....	75
<b>3.5 PORTAFOLIO DE SERVICIOS</b> .....	77
<b>3.5.1 PLATAFORMA FILOSÓFICA</b> .....	77
<b>3.5.1.1. HISTORIA</b> .....	77
<b>3.5.1.2. MISIÓN</b> .....	78
<b>3.5.1.3 VISIÓN</b> .....	78
<b>3.5.1.4 OBJETIVOS</b> .....	78
<b>3.5.2. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS</b> .....	79
<b>3.5.2.1 CHARLAS</b> .....	80
<b>3.5.2.2 ASESORIA EN PLAN ESTRATÉGICO DE RSE</b> .....	80
<b>3.6 ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	82
<b>3.6.1. ACTIVOS</b> .....	83
<b>3.6.1.1. ACTIVOS CORRIENTES</b> .....	83
<b>3.6.1.2 ACTIVOS FIJOS</b> .....	84
<b>3.6.1.3 ACTIVOS DIFERIDOS</b> .....	85
<b>3.6.1.3 GASTOS OPERATIVOS</b> .....	87
<b>3.6.3 NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN</b> .....	88
<b>3.6.4. INGRESOS PRIMER AÑO</b> .....	89
<b>3.6.5. INGRESOS SEGUNDO AÑO EN ADELANTE</b> .....	89
<b>3.6.6 INGRESOS Y COSTOS PROYECTADOS</b> .....	90
<b>3.6.7 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS</b> .....	91
<b>3.6.9. VALOR PRESENTE NETO, TASA INTERNA DE RETORNO Y TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD</b> .....	94
<b>3.6.10 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b> .....	94

<b>3.7 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS .....</b>	<b>95</b>
<b>3.7.1 IMPACTO AMBIENTAL .....</b>	<b>95</b>
<b>3.7.2 IMPACTO SOCIAL .....</b>	<b>95</b>
<b>3.7.3 IMPACTO ECONÓMICO.....</b>	<b>96</b>
<b>3.7.4 IMPACTO TECNOLÓGICO .....</b>	<b>96</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>97</b>
<b>4.1 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN.</b>	<b>97</b>
<b>4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS .....</b>	<b>97</b>
<b>4.3 ANÁLISIS INTERNO .....</b>	<b>99</b>
<b>4.4 ANÁLISIS EXTERNO .....</b>	<b>101</b>
<b>CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>5.1 CONCLUSIONES .....</b>	<b>104</b>
<b>5.2 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>106</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>107</b>



## TABLA DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1 Mapa De Popayán .....</b>	<b>41</b>
<b>Ilustración 2 Responsabilidad Social Empresarial.....</b>	<b>50</b>
<b>Ilustración 3 Norma ISO 26000 .....</b>	<b>51</b>
<b>Ilustración 4 Plan Estratégico de RSE.....</b>	<b>52</b>
<b>Ilustración 5 Implementación de un Plan Estratégico de RSE .....</b>	<b>53</b>
<b>Ilustración 6 Acciones de sostenibilidad ambiental.....</b>	<b>54</b>
<b>Ilustración 7 Necesidad de implementar un plan de RSE .....</b>	<b>55</b>
<b>Ilustración 8 Importancia de la RSE para la organización .....</b>	<b>56</b>
<b>Ilustración 9 ¿Alguna empresa local tiene RSE? .....</b>	<b>57</b>
<b>Ilustración 10 Servicios de RSE.....</b>	<b>58</b>
<b>Ilustración 11 Servicios de RSE que quisiera conocer .....</b>	<b>59</b>
<b>Ilustración 12 Contratación de servicios RSE .....</b>	<b>60</b>
<b>Ilustración 13 Implementación de un plan RSE.....</b>	<b>61</b>
<b>Ilustración 14 Inversión de un plan RSE .....</b>	<b>62</b>
<b>Ilustración 15 Tiempo para implementar un plan RSE.....</b>	<b>64</b>
<b>Ilustración 16 Proceso de implementación de un plan RSE.....</b>	<b>79</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Conoce que es RSE.....	49
Tabla 2 Conoce sobre la norma ISO 26000 .....	50
Tabla 3 Conoce en qué consiste un plan estratégico de RSE.....	51
Tabla 4 Ha implementado estrategias de RSE.....	52
Tabla 5 Actualmente realiza acciones.....	53
Tabla 6 Ve la necesidad de implementar un plan de RSE .....	54
Tabla 7 Importancia de la RSE .....	55
Tabla 8 Conoce empresa locales sobre asesorías de RSE.....	56
Tabla 9 que servicios conoce.....	58
Tabla 10 Que servicios quisiera conocer .....	59
Tabla 11 contrataría el servicio .....	60
Tabla 12 que sector implementaría.....	61
Tabla 13 cuanto invertiría en un plan de RSE .....	62
Tabla 14 tiempo de implementación .....	63
Tabla 15 Tabulación entrevista .....	66
Tabla 16 Asesorías.....	69
Tabla 17 Charlas .....	70
Tabla 18 Variables de micro localización .....	72
Tabla 19 Muebles y enseres.....	73
Tabla 20 Sistema digital.....	73
Tabla 21 Equipos de oficina.....	74
Tabla 22 Cargos administrativos.....	74
Tabla 23 Proyección de la demanda.....	82
Tabla 24 crecimiento anual.....	82
Tabla 25 datos de entrada .....	82
Tabla 26 Bancos.....	83
Tabla 27 Amortización .....	83
Tabla 28 Activos fijos- muebles y enseres .....	84
Tabla 29 Equipos de oficina.....	84
Tabla 30 Depreciación de activos fijos.....	85
Tabla 31 Diferidos.....	85
Tabla 32 Intangibles .....	86
Tabla 33 Amortización de activos .....	86
Tabla 34 Gastos de operación (Terrenos).....	87
Tabla 35 Gastos de Operación (servicios) .....	87
Tabla 36 Nómina de Administración .....	88
Tabla 37 Prestaciones sociales .....	88
Tabla 38 Ingresos primer año .....	89
Tabla 39 Ingresos segundo año en adelante .....	89
Tabla 40 Proyección de costos.....	90
Tabla 41 Proyección de ingresos.....	90

Tabla 42 Balance general inicial .....	91
Tabla 43 Balance general proyectado.....	92
Tabla 44 Estado de Resultados proyectados .....	93
Tabla 45 Flujo de caja con financiación .....	93
Tabla 46valor presente neto y tasa interna de retorno y tasa interna de oportunidad.....	94
Tabla 47 Periodo de recuperación de la inversión .....	94

## TABLA DE ANEXOS

<b>ANEXO1. MODELO DE ENCUESTA.....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXO 2. MODELO ENTREVISTA.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO 3. TRABAJO DE CAMPO.....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO 4. ARTICULO.....</b>	<b>106</b>

## **RESUMEN**

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa con servicios en Responsabilidad Social Empresarial RSE en la ciudad de Popayán, tiene como interés principal, desarrollar una estrategia de mercado para las pequeñas y medianas empresas –pymes- de la ciudad, en la cual se alterne las necesidades internas de las organizaciones junto con las necesidades ambientales y sociales del contexto local y nacional, lo cual traerá consigo un beneficio a corto y largo plazo para el sector empresarial de la ciudad como la competitividad, la confianza y la proyección, a la par que aporta al desarrollo sostenible que requiere el país.

Por lo anterior, se desarrolla una propuesta que inicia con un diagnóstico situacional, dentro del cual se hace uso de diversas herramientas de recolección de datos como la encuesta y la entrevista, las cuales permiten establecer la problemática del entorno con la percepción de los diferentes empresarios locales frente al tema de RSE y la posible empresa.

El proyecto compuesto por la investigación, el trabajo de campo y el análisis contextual, estructural y de datos, permite la interpretación de resultados, visibilizando el impacto social, ambiental, económico y tecnológico que abarca el desarrollo del proyecto, para posteriormente resumirse en una serie de conclusiones y recomendaciones que aportaran a la ejecución del proyecto de investigación.

### **PALABRAS CLAVES:**

Estudio de factibilidad; Responsabilidad Social Empresarial –RSE-; Pymes; Estudio financiero; Estudio técnico; Estudio de mercado; Impacto; Sostenibilidad ambiental; Competitividad. Plan estratégico de RSE.

### **ABSTRACT:**

The feasibility study for the creation of a company with services in Corporate Social Responsibility CSR in the city of Popayán, has as main interest, to develop a market strategy for small and medium-sized enterprises in the city, in which the internal needs of the organizations are combined with the environmental and social needs of the local and national context, which will bring a short and long term benefit to the city's business sector, such as competitiveness, confidence and projection, while contributing to the sustainable development required by the country.

Due to the above, a proposal is developed that begins with a situational diagnosis, within which various data collection tools such as the survey and the interview are used, which allow to establish the problematic of the environment with the perception of the different local entrepreneurs in front of the subject of CSR and the possible company.

The project consisting of research, fieldwork and contextual, structural and data analysis, allows the interpretation of results, making visible the social, environmental, economic and technological impact of the development of the project, to be summarized in a series of conclusions and recommendations that will contribute to the execution of the research project.

### **KEYWORDS:**

Feasibility study; Corporate social responsibility -CSR- ; Pymes; Financial study; Technical study; Market study; Impact; Environmental sustainability; Competitiveness; CSR strategic plan.

## INTRODUCCIÓN

Una empresa que brinde asesorías y servicios en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial RSE, refleja la necesidad actual nacional y local de emprender procesos e implementar este tipo de políticas como una herramienta de desarrollo empresarial que permite en las pequeñas y medianas empresas, una mayor competitividad en el sector en el cual están inscritas.

La importancia del tema y del estudio radica en que hoy en día, debido al impacto tecnológico y a los múltiples procesos con los cuales se fabrican bienes, han generado un deterioro no solo ambiental sino que ha influido en el comportamiento de la sociedad. Es de resaltar, que a partir del conocimiento de la problemática ambiental y social que puede traer consigo el proceso de industrialización y producción, y posteriormente la concientización de dichas prácticas degenerativas ambiental y socialmente, es que se pueden generar grandes cambios. También se adjunta la importancia que la Responsabilidad Social Empresarial tiene a nivel mundial. Los estándares de calidad y la manera de comercializar y competir en el mercado van cambiando y marcando nuevos paradigmas.

La Responsabilidad Social Empresarial, no es solo un plan, o una política más, desde la perspectiva de autores como Alina García, José Mariano Moneva y José Luis Lizcano, que son bases referentes en el tema de la RSE, esta es percibida como la manera en la que el comercio junto con acciones más elaboradas y consientes, puede transformar no solo la economía del país sino que puede generar cambios en otros sectores como el sector ambiental o educativo.

El trabajo se desarrolla en cinco capítulos que desglosan la pertinencia del estudio. Se inicia con un diagnóstico situacional, donde se obtiene información relevante e indispensable para su posterior análisis, mediante la aplicación de encuestas. Las encuestas nos permiten establecer y aclarar la problemática del entorno payanés frente a estas estrategias empresariales, las necesidades de las

pequeñas y medianas empresas de la ciudad frente al tema de Responsabilidad Social.

Del mismo modo, las bases teóricas sustentan el análisis de la información bibliográfica que se ha realizado, la cual determina, en relación con el estudio de mercado, la viabilidad del proyecto.



## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La creación de grandes, medianas y pequeñas empresas, cada vez es mayor, sin embargo, las pymes: pequeñas y medianas empresas, son las que más se crean dentro del territorio colombiano. Es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, la encargada de regir a este sector, incluyendo una serie de disposiciones para promover el desarrollo de las mismas en el país.

Uno de los objetivos de la Ley 590 es “Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos” (Congreso de la República, 2000 ). Para que este objetivo se cumpla, deben emerger condiciones para que dichas organizaciones incursionen en mercados altamente competitivos, y tengan acceso a insumos y equipos de alta calidad. Si bien, el Estado contribuye a la promoción y desarrollo de estos proyectos, las organizaciones deben realizar sus propios procesos y mirar alternativas de cambios positivos para que sus pymes crezcan.

Las pequeñas y medianas empresas en Colombia, representan más del 90% del sector productivo nacional, el 35% del PIB y el 80% del empleo, según cifras del DANE. Sin embargo, estas cifras omiten la realidad de algunas organizaciones que no crecen, sino que desaparecen. En la ciudad de Popayán, según las estadísticas proporcionadas por la Cámara de Comercio del Cauca y los registros de las Pymes en la ciudad, existe un alto número de empresas que tienden a desaparecer en su primer año de actividad productiva, por factores internos que influyen en sus modos de producir y en las políticas bajo las cuales se guían.

Las organizaciones deben mejorar sus procesos productivos, no solo ofreciendo al consumidor un producto de calidad, sino, brindando a la sociedad un sector empresarial sólido con valores éticos internos y externos. Estos son factores estratégicos que conforman la política de Responsabilidad Social Empresarial, entendiendo esta, como una estrategia empresarial y social, para procurar actuar ética, ambiental y políticamente responsable. Así mismo, reconociendo el interés por los diversos públicos, con el objetivo de consolidar una organización para que crezca y se posicione en el mercado local y nacional, ajustándose al contexto y sobreviviendo a la crisis.

Hoy en día, existen muchas empresas que desconocen o no se ocupan de implementar esta política, dejando a la organización incompleta, tal como lo muestra la investigación realizada mediante encuestas a los directivos de las Pymes en la ciudad. Esta investigación se realiza en la ciudad de Popayán, estudiando el mercado y conociendo qué porcentaje de las 480 pymes, que se han registrado a lo largo de los últimos años, incluyen dentro de su ambiente laboral y su plan de acción, la Responsabilidad Social Empresarial -RSE- como una medida regulatoria. De tal manera que su porcentaje no asciende a más del 15%, según los datos estadísticos arrojados en las encuestas.

Finalmente, desde esa mirada, surge este proyecto para responder a la pregunta: ¿Qué tan factible es crear una empresa que asesore y oriente a las pymes y a la población de Popayán, sobre la política de Responsabilidad Social Empresarial?

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

Los estudios que se han realizado a lo largo de los años en el sector empresarial y productivo a nivel mundial y nacional, como los realizados por la Universidad Autónoma de Manizales en su estudio de encuestas, o los realizados por la Universidad de Medellín publicados en la Revista Páginas Personales, entre otros, han revelado tres factores recurrentes del fracaso empresarial: poca proyección temporal, dado que algunas pymes no planifican su crecimiento y se dedican a alcanzar metas diarias; el nulo desarrollo de la capacidad de innovación y emprendimiento, debido al desinterés para realizar un cambio en la producción y comercialización de bienes y servicios; y por último, la falta de diversificación en sus mercados, lo cual conlleva a la pérdida de clientes potenciales y la opción de expandir la empresa.

Según los datos suministrados por la Cámara de Comercio del Cauca y su página oficial, en la ciudad de Popayán existen registradas 480 empresas bajo el modelo de Pyme, y sólo 16 creadas en el último año. Dentro de estas cifras se incluyen 20 organizaciones que tuvieron una vida útil de poco tiempo, ya que cancelaron su registro en el último año, superando el declive a la creación de empresa.

Realizando un primer sondeo y acercamiento con las Pymes de la ciudad, que permitiera analizar la viabilidad y acceso a la información de las organizaciones en cuanto al tema de RSE, para posteriormente ser aplicado a un porcentaje mayor de empresas, se desarrollaron entrevistas informales a administrativos de cinco organizaciones, se encontró que: las empresas Mayoristas siglo XXI, Técnica Diesel Popayán y la Organización Olid Larrarte Abogados SAS, no cuentan con un sistema de RSE dentro de su organización, porque no lo consideran necesario para el fortalecimiento de la misma.

Por otro lado, el Grupo Empresarial Pio Pio y Ferretería Maracaibo sí tiene implementado un sistema de RSE, afirmando su misión con acciones que brinden beneficios para la empresa, sus colaboradores y la sociedad en general.

De cinco empresas consultadas, sólo dos conocen y aplican la RSE, por esa razón, se ha identificado la necesidad de desarrollar una empresa que brinde asesorías en el tema, para que las empresas locales conozcan e implementen un plan de RSE, aumentando su proyección, mejorando sus prácticas y no dejando que los factores internos y externos terminen con su emprendimiento.

Esta empresa sería la primera empresa en la ciudad, que se enfoca en desarrollar este tipo de herramientas para las organizaciones locales, con el objetivo principal de que las mismas adopten medidas retributivas por el movimiento de sus mercados, e integren aspectos sociales y ambientales en los planteamientos de su organización, garantizando su éxito empresarial y su competitividad a largo plazo.

Dentro de los servicios incluidos en el portafolio empresarial proyectado están:

- \* Asesorías y asistencia integral para identificar las posibles reestructuraciones internas que permitan transformar la empresa en una con mayores niveles de competitividad.
- \* Implementación de un plan de RSE acorde a las necesidades propias de la empresa y el sector en el cual esté operando.
- \* Verificación de los impactos positivos y negativos del plan de RSE en cifras y estadísticas durante y cada periodo de tiempo establecido con la organización.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde asesoría de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), para Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la ciudad de Popayán

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que requieren asesoría de RSE en la ciudad de Popayán.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la localización y los recursos que se necesitan para la estructura de la empresa.
- Diseñar un estudio financiero que permita identificar la rentabilidad del proyecto.
- Realizar un análisis final del impacto ambiental, social, económico y Tecnológico que genera la ejecución del proyecto y su posible factibilidad.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES**

#### **2.1.1 ANTECEDENTES DE LAS PYME EN COLOMBIA**

La solidez de pequeñas y medianas empresas -Pymes- tienen un impacto económico positivo para el país, no solo porque impulsa el crecimiento, sino porque ayuda en la reducción de problemáticas como el desempleo y la pobreza. Por otro lado, el impacto que provocan en las comunidades en donde desarrollan su actividad. Sin embargo, desde la perspectiva de Alegría Meza Espinosa en su proyecto de grado titulado “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD”, las organizaciones se encuentran expuestas a factores negativos como la competencia con grandes empresas, pues a veces se convierten en sus proveedores y dificultan el crecimiento de las mismas, además tienen características y beneficios legales totalmente diferentes, que posicionan a las Pyme en un escalafón menor en el mercado en comparación con las grandes empresas.

Varios autores han investigado sobre esta parte de la economía, uno de ellos es, Mauricio Gómez, quien plantea que: “las Pymes son formas organizacionales con condiciones particulares que tienen preocupaciones, condiciones, estructuras, recursos e intereses diferentes, que hacen pensar en la necesidad de comprensiones distintas a la visión dominante de lo que es “ser responsable socialmente” (Gómez, 2010, pág. 38). Si bien, las perspectivas son distintas, el enfoque es uno, y es brindar un bien o servicio integral, que cumpla con los estándares de calidad y de producción y que ofrezcan a la sociedad en general, un ejemplo de cómo ejecutar buenas prácticas en beneficio de todos.

Las bases de las Pymes deben ser sólidas y deben ir enfocadas en crecer y ampliar sus mercados. El emprendimiento y la innovación, permiten que los mercados se internacionalicen y el progreso a nivel nacional e internacional sea

mayor, esto visto desde la perspectiva de la globalización y la llegada constante de multinacionales al país, así como la integración de mercados y la puesta en marcha los Tratados de Libre Comercio<sup>1</sup>. En Colombia, con la ley 590 de 2010, legislación que rige a las Pyme y su funcionamiento en el país, las nuevas empresas deben enfocarse en la competitividad y en la globalización, para que sus iniciativas no se vean afectadas por el contexto, sino por el contrario, utilicen dichas particularidades para impulsarse y mantenerse, este es un reto que se suma a las pequeñas y medianas empresas.

### **2.1.2 ANTECEDENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA**

Después de las reformas de 1936, donde se definieron políticas para restablecer la economía colombiana, dada la crisis del 29 y la masacre de Las Bananeras, también se empezaron a debatir la implementación el concepto de Responsabilidad Social Empresarial -RSE-, dado que los empresarios, consideraban el tema como un factor determinante para la economía del país. En el año de 1977, las empresas antioqueñas empiezan a medir su gestión social por medio de planes de RSE, de tal manera, que en el proceso administrativo y gerencial, así como en la misión y visión empresarial, la Responsabilidad Social Empresarial iba construyendo las bases necesarias, en términos éticos y sociales, para que la empresa tuviera mejores niveles de competitividad.

El uso del término ha ido variando con el pasar de los años y la implementación de programas por parte del gobierno y el sector empresarial colombiano, para que se reconozca este concepto como un factor de proyección social y empresarial. En la constitución de 1991 se hace evidente el compromiso del empresario y ciudadano tanto con la naturaleza como con la sociedad en general, así como tiene la posibilidad de consolidar empresas en el sector privado y tiene beneficios

---

<sup>1</sup> Las cifras de la inversión de dinero extranjero a la economía colombiana son por su parte, una muestra de la necesidad constante de innovar y proyectarse hacia el futuro. Ver: <http://www.semana.com/especiales/articulo/en-colombia-estan-700-multinacionales/81758-3>

específicos, también tiene compromisos que se vuelven estratégicos para que haya un equilibrio entre la sociedad, la naturaleza y el sector empresarial (privado o público), tal como lo expresa la Asociación de Industriales de Colombia, al definir la RSE como “el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general” (Vergara, Maria Paula; Vicaría, Laura., 2009, pág. 96)

Para el contexto de las Pyme en Colombia, en relación con el auge de la RSE, se hace necesario un portafolio de herramientas que permitan una aplicación eficiente, y que aporte gradualmente a la implementación de este tema dentro de cada empresa, teniendo en cuenta las condiciones específicas de las mismas a nivel interno y externo, para que se desarrollen de forma estratégica.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

Para desarrollar el tema de RSE en las Pyme de la ciudad de Popayán, se han tenido en cuenta los conceptos y análisis del tema, realizado por teóricos y expertos como Christian Schrader Valencia, José Joaquín Barón y Gustavo Yepes López. A manera complementaria, se tomó un estudio de Ipsos Napoleón Franco, desde los cuales se logró realizar un análisis cualitativo que permitió centrar el tema mediante la conjugación de variables categóricas para dimensionar el ejercicio y desarrollo de la RSE, en la dimensión local y global, y en las posibles ventajas, riesgos y oportunidades.

La Responsabilidad Social Empresarial, estudiada desde diversas disciplinas desde el siglo XX, es entendida como el comportamiento empresarial ético y responsable, que contribuye de manera activa al mejoramiento económico, social y ambiental de determinado territorio.

Para el presente estudio, se abordará el concepto de Alina Alea García en el artículo “Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible”, de la Revista Futuros:



“La responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente...”  
(García, 2007)

Es pertinente para el proyecto, la complementación de teorías y conceptos que se han desarrollado internacional y nacionalmente, los cuales permiten que la RSE, como foco de interés, se expanda por los sectores económicos y empresariales, relacionándola con las Pymes y con conceptos de ética, sostenibilidad y competitividad.

Autores como Adela Cortina y su concepto de Ética, como orientación racional del accionar humano y empresarial, expone la necesidad de la misma al definir la capacidad de adaptación y creatividad como la forma de aplicar los medios sociales para forjar el carácter empresarial. Expone:

“el fin de las organizaciones es sin duda un fin social, porque toda organización se crea para proporcionar a la sociedad unos bienes, en virtud de los cuales queda legitimada su existencia ante la sociedad, y este es un punto esencial en la elaboración de un código ético.”  
(Cortina, 1994, págs. 22-23)

De tal manera, Cortina complementa sus ideas con 8 pasos para la creación de una ética empresarial, vinculándolos directamente con la RSE para ser altamente competitivas, los cuales serán tenidos en cuenta durante la investigación.

Al hablar de Ética empresarial, es necesario abordar a Fernando Savater, dado su interés por desglosar el tema a nivel personal, social y finalmente empresarial con su libro “Ética para Empresas”.

Savater presenta ideas entorno a la función social de las organizaciones, mediante las cuales, la comunicación, motivación, autoridad y la responsabilidad social son pilares para consolidarlas como empresas productivas. Considerando invariable la ética, Savater explica las condiciones por las cuales esta debe ser desarrollada verazmente:

“al tener la función social de satisfacer necesidades humanas, Savater considera que el empresario debe contar con algunas virtudes como la audacia, la capacidad de identificar el interés común, la prudencia, la responsabilidad, la eficacia, la confianza, y la capacidad de establecer niveles de moralidad socialmente aceptables con los recursos humanos para el buen funcionamiento de la empresa” (Labastina, 2015)

Si bien, estos autores hablan de la ética y la responsabilidad, es necesario aterrizar las políticas de RSE al contexto local, identificando los impactos negativos sobre la sociedad y la necesidad de un plan eficiente, tal como se menciona en el artículo de Alina Alea García, al decir que las empresas no sólo van guiadas por factores económicos sino, por un bienestar social medido en los comportamientos de la mismas.

Así, las empresas no solo cumplen legalmente, sino que implementen iniciativas que proporcionan mayor rentabilidad y competitividad, por medio del uso eficiente de recursos, como lo menciona Juan Felipe Cajiga Calderón en *“El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”*, desglosando las necesidades económicas, socioculturales y ecológicas al implementar estrategias de RSE interna y externamente, complementándose con lo expresado por José Mariano Moneva y José Luis Lizcano en el texto “MARCO CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA”:

“Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de

toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.” (Moneva, José Mariano; Lizcano, José Luis, 2004)

Es necesario abordar textos sobre creación de empresa y consolidación de Pymes. El “MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PYMES” realizado por la Fundación PROHUMANA, sirve como guía para las Pymes que deseen incurrir en este tema, abordando desde cifras, los cambios implementados en Latinoamérica por la implementación estas políticas. Afirman:

“Las PyMEs que incorporan prácticas de RSE optimizan su desempeño financiero, reducen sus costos operativos, mejoran su imagen y reputación, y, por sobre todo, generan confianzas al interior de la empresa, conformando una cultura organizacional sólida y estable en el tiempo...” (Fundación ProHumana, 2014)

En este sentido, Alegría Meza Espinosa en su tesis LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD”, habla de las exigencias del mercado, la posición de la RSE como factor determinante de competitividad que ha escalonado con los años, y la posibilidad continúa de implementar estas políticas, expresando que tanto el mercado como la sociedad y empresas son conscientes del poder del sector empresarial para los cambios sociales, por lo cual “exigen respuestas responsables” (Meza Espinosa, 2007)

Existen referentes bibliográficos que están siendo analizados para el proyecto, midiendo la pertinencia para desarrollar un análisis sobre la necesidad de implementar un plan de RSE en las empresas de la ciudad.

### 2.2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“El estudio de factibilidad se elabora a partir de fuentes primarias de información y se trabaja ante todo con variables de tipo cuantitativo. Esta etapa se desarrolla en varias fases: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y la evaluación”. (Contreras, 1999). Es de suma importancia realizar un análisis detallado de las variables objeto de estudio, con el fin de determinar, si la idea de negocio es posible, práctica y viable.

El proceso se desarrolla en varias fases: estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación. (Contreras, 1999). Desde la perspectiva de Contreras, estas fases permiten obtener la información necesaria para identificar de manera anticipada, si es factible o no la idea de negocio, ya que muestran un panorama completo de la situación real, puesto que cada uno de estos aspectos a evaluar son clave para la creación de empresa, deben ser un complemento y no elementos aislados.

Existen un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica. (Córdoba, 2011).

- La factibilidad técnica determina si es posible físico o materialmente un proyecto
- La factibilidad legal determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.
- La factibilidad económica determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto. (Córdoba 2011).

Entendido cada uno de los tres tipos de factibilidad que expone Córdoba, se podrá asegurar el éxito de cualquier proyecto, ya que, el objetivo central del estudio de factibilidad se basa en la necesidad de que cada inversión a realizar esté debidamente fundamentada y documentada, justificando cada movimiento y dando

razón a cada estrategia o plan que se piense para emprender una idea. El estudio debe garantizar que los planes para la ejecución y proceso de desarrollo de la inversión respondan a las necesidades reales del sector.

### **2.3 ASPECTOS LEGALES**

La LEY 590 DE 2000, Reglamentada por el Decreto Nacional 2473 de 2010"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa"(Congreso de la República , 2000 ), hace parte de la normatividad que ha implementado el Estado para la regulación, control y ayuda al sector comercial, que tiene por primer objetivo:

- “a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;
- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;
- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas”.(Congreso de la República , 2000 )

Así mismo, esta ley determina las características por las cuales se define una mediana y pequeña empresa:

“Artículo 2°. Modificado por el art. 2, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 75, Ley 1151 de 2007, Modificado por el art. 43, Ley 1450 de 2011. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Congreso de la República , 2000 )

Es importante que los empresarios conozcan las distintas entidades que respaldan esta reglamentación y que busca apoyar al comercio y a la economía desde distintas esferas. A continuación se mencionan algunas entidades:

“Marco institucional

Artículo 3°. Modificado por el art. 3, Ley 905 de 2004. Del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa. El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Comercio Exterior o en su defecto el Viceministro correspondiente.
3. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto el Viceministro correspondiente.
4. El Ministro de Trabajo Seguridad Social o en su defecto el Director General del Sena.
5. El Ministro de Medio Ambiente o en su defecto el Viceministro correspondiente.
6. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto el Subdirector.
7. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
8. El Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas, Acopi.
9. El Presidente Nacional de la Federación de Comerciantes, Fenalco.
10. El Presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras.(Congreso de la República , 2000 )

En el capítulo VI de esta norma, se hace claro énfasis sobre los aspectos a tener en cuenta, para la creación de empresas. A continuación se enumeran algunos ítems:

“Artículo 41. Modificado por el art. 20, Ley 905 de 2004. Destinación de los recursos del artículo 51 de la Ley 550 de 1999. Serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas, sin que para ello sea necesario que se acojan a lo establecido en dicha ley.

Artículo 42. Modificado por el art. 21, Ley 905 de 2004. Regímenes tributarios especiales. Los municipios, los distritos y departamentos podrán establecer regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de Mipymes. Para tal efecto podrán establecer, entre otras medidas, exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias.

NOTA: El texto del art. 21, Ley 905 de 2004, fue declarado INEXEQUIBLE parcialmente, por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-448 de 2005

Artículo 43. Estímulos a la creación de empresas. Reglamentado por el Decreto Nacional 525 de 2009. Los aportes parafiscales destinados al Sena, el ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas que se constituyan e instalen a partir de la promulgación de la presente ley, serán objeto de las siguientes reducciones:

1. Setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año de operación.



2. Cincuenta por ciento (50%) para el segundo año de operación; y
  3. Veinticinco por ciento (25%) para el tercer año de operación.
- (Congreso de la República , 2000 )

Al desarrollar un proyecto de RSE, es pertinente referenciarse con las Normas ISO, dado que están siempre actualizadas frente a los temas de interés y necesidades del mundo actual. El documento “ISO 26000 visión general del proyecto”, donde se describen características de La Norma internacional ISO 26000, Guía sobre responsabilidad social, tiene como participantes en esta norma voluntaria a 83 países, y como lo describen en el documento, este tipo de normas: “aportan soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluyendo agricultura, construcción, ingeniería mecánica, manufactura, distribución, transporte, dispositivos médicos, tecnologías de información y comunicación, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios.” (Norma Internacional ISO 26000 , 2010, pág. 2)

En este sentido, y abordando la normatividad desde un campo social y económico como es la Responsabilidad Social Empresarial, es pertinente decir que esta norma, más allá de ser voluntaria, es necesaria para contrarrestar los daños sociales, ambientales y económicos que se puedan dar en diversos países, manteniendo una iniciativa en torno a la responsabilidad social como estrategia para solventar vacíos y fallas dentro de una sociedad. Tal como lo expresan en el documento:

“ISO 26000 integrará la experiencia internacional en responsabilidad social, lo que significa qué asuntos la organización necesita abordar con el fin de operar de una manera socialmente responsable y qué es una mejor práctica en la aplicación de la RS. ISO 26000 será una

herramienta de RS poderosa para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones” (Norma Internacional ISO 26000 , 2010, pág. 9)

De igual manera, es necesario resaltar que esta norma es creada tanto para empresas públicas como empresas privadas, por lo cual su aplicación es pertinente en cualquier lugar del mundo. En el caso de la ciudad de Popayán y sus Pymes, la implementación de principios en RS y RSE con un portafolio de servicios, está orientada también al cumplimiento de esta norma, para que los principios y prácticas socialmente responsables a nivel internacional, sean una guía efectiva, eficaz y logren el desarrollo de sus objetivos como pequeña y mediana empresa, dentro de una sociedad competitiva. De tal manera que:

“ISO 26000 ayudará a todo tipo de organización- independientemente de su tamaño, actividad o ubicación- a operar de una manera socialmente responsable, al proporcionar una guía sobre:

- Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social
- Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social
- Principios y prácticas relativas a la responsabilidad social
- Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social
- Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable a través de toda la organización y a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia
- Identificación y compromiso con las partes interesadas

- Comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionada con la responsabilidad social.”(Norma Internacional ISO 26000 , 2010, pág. 6)

En Colombia, el Congreso de Colombia aprobó el PROYECTO DE LEY 70 DE 2010, por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones, con el fin de ajustar y realizar aclaraciones respecto del tema y con la plena convicción de que esta temática contribuirá al mejoramiento de la sociedad.

El objetivo de este proyecto se sitúa en:

“Artículo 1°. Objeto de la ley. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamientos responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.”( Congreso de la República , 2010)

De igual manera el artículo 3 es claro al manifestar los requerimientos para que las pymes se acojan a la ley y tengan acceso a incentivos:

“-Puntajes adicionales en licitaciones públicas,

- Facilidades de acceso a créditos superiores a determinado monto,
- Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas,
- Fomento de Innovación Tecnológica,
- Otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno Nacional”.

Parágrafo. Las empresas a que se refiere el artículo 2º podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial”.( Congreso de la República , 2010)

Finalmente la ley obliga a que se cumpla a cabalidad con cada artículo y se realice un seguimiento de cada proceso. Por esa razón, el siguiente artículo contempla una manera de vigilar y controlar que las empresas si cumplan con la Responsabilidad Empresarial

Artículo 5º. Informe anual. Será obligación de cada empresa que se acoja a la presente ley en el mes de diciembre de cada año, preparar y publicar un informe anual en el cual se especifique lo siguiente:

1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económica o financiero de sus actividades durante el año que termina.
2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente.

3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras.

4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la Responsabilidad Social Empresarial.

Este informe no deberá contener información que al ser puesta a disposición del público perjudique seriamente a la empresa o viole la intimidad personal de directivos, trabajadores o accionistas.

Parágrafo transitorio. Plazo de gracia. El 31 de diciembre del año siguiente a la vigencia de la presente ley, las empresas a que se refiere el artículo 2° de esta ley, presentarán un informe provisional del año inmediatamente anterior de manera voluntaria. De allí en adelante, cada año, se presentará para el mes indicado el informe a que se refiere este artículo.

Artículo 6°. Actividad empresarial. Las empresas deberán tener en cuenta en el giro de sus negocios una valoración del impacto ambiental, social, económico y financiero en cada una de sus actividades.

La opinión de los accionistas será consultada y deberá responderse cualquier opinión expresada por estos sobre un proyecto en particular.

Artículo 7°. Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE). Será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el Estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por:

-El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado.

- El Ministro del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural o su delegado.
- El Ministro de la Protección Social o su delegado.
- El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
- El Director del Sena.
- Dos representantes de universidades del país.
- El Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores.
- Dos representantes de los gremios de la industria y de la producción.
- Tres representantes de las ONG.

El Consejo de Responsabilidad Social Empresarial podrá:

1. Expedir directrices en cumplimiento de la presente ley, directrices que determinará teniendo en cuenta las características propias de cada sector productivo.
2. Proyectar los reglamentos necesarios para determinar el cumplimiento de los contenidos de la ley.
3. Fomentar la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas a que se refiere el artículo 2º de la presente ley.
4. Realizar un plan de acompañamiento para las micro y pequeñas empresas en la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial.
5. Publicar las acciones de las empresas socialmente responsables.
6. Citar a los representantes legales de las empresas y pedir a las mismas, las informaciones necesarias.

7. Divulgar, ante la comunidad las buenas y malas acciones de las compañías en materias sociales y medioambientales mediante anuncios publicitarios en medios masivos.

8. Hacer auditorías aleatorias a las empresas sujetas a esta ley.

9. Recibir las quejas que le formulen los afectados por la violación de la presente ley.

Parágrafo 1°. Para garantizar el cumplimiento de los mencionados requisitos, el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial se basará en indicadores de gestión diseñados de modo tal que permita la objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera de las organizaciones.

Parágrafo 2°. Reglamentación. El Gobierno Nacional contará con un término de seis (6) meses, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para reglamentar la puesta en marcha y funcionamiento del CRSE.

Artículo 8°. El Gobierno Nacional promoverá entre las empresas que se acojan de manera voluntaria al presente proyecto de ley la certificación socialmente responsable, que será un medio de promoción, difusión y calidad sobre la gestión en la materia de cada empresa.

Artículo 9°. Protección del trabajo infantil. El Gobierno Nacional, en cabeza del Ministerio de la Protección Social, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, con el apoyo de la Unicef, las Organizaciones No Gubernamentales y el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial (CRSE) desarrollarán como parte de su política pública un programa Nacional de Responsabilidad Social Empresarial sin explotación laboral

infantil, desarrollando mecanismos que permitan el seguimiento y control del mismo.

Parágrafo. El Gobierno Nacional certificará que las empresas han elaborado sus bienes y servicios sin la explotación de mano de obra infantil mediante la creación de una etiqueta social denominada Libre de Trabajo Infantil.” ( Congreso de la República , 2010)



## 2.4 MARCO CONTEXTUAL

### 2.4.1 Municipio de Popayán



Ilustración 1 MAPA DE POPAYÁN

FUENTE: [www.popayanhermosaciudad.blogspot.com.co](http://www.popayanhermosaciudad.blogspot.com.co)

Popayán es la capital del Departamento del Cauca, en la República de Colombia. Se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar, msnm, con una temperatura media de 19° C. La población estimada es de 270.000 habitantes aproximadamente en su área urbana.

La extensión territorial es de 512 km<sup>2</sup>. La ciudad tiene como principales fuentes hídricas los ríos Blanco, Ejido, Molino, Las Piedras, Cauca, Negro, Mota, PISOJÉ, Clarete, Saté y Hondo, de los que de cuatro de estas abastece su acueducto municipal para llevar agua potable a casi la totalidad de su población.

Es evidente que es un territorio que cuenta con características para poseer una economía sólida y en vía de desarrollo, sin embargo, las estadísticas y la situación real de esta capital, muestran lo contrario. Según el DANE “En el trimestre móvil marzo – mayo de 2017, la capital caucana llegó a 12,2%”(Departamento

Administrativo Nacional de Estadística DANE , 2017, pág. 1). Esta cifra, según el DANE, tiene a la ciudad en el quinto lugar a nivel nacional. Existe un sector comercial escaso, puesto que son contadas las industrias grandes y que se mantienen en vigencia. Priman las labores informales y se alteran otros índices de delincuencia.

La iniciativa emprendedora de los habitantes de Popayán arroja como resultado la creación de 480 empresas registradas bajo las características de Pymes, de las cuales 16 se han creado en lo corrido de este año y 20 han dejado de operar, dando por cancelados sus procesos productivos.

De igual manera, es necesario tener en cuenta que Popayán, llamada la “Ciudad Blanca” de Colombia es reconocida mundialmente por su arquitectura colonial y la conservación de las tradiciones religiosas que tienen su máxima expresión en las procesiones de la Semana Santa o Semana Mayor que se desarrolla en la ciudad desde el siglo XVI, las cuales son declaradas por la UNESCO desde el año 2009 como Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, y declaradas patrimonio cultural de la nación mediante la Ley 891 de 2004.

De igual manera, Popayán fue declarada Ciudad UNESCO de la Gastronomía desde el año 2005, por su tradición culinaria y sus métodos de preparación a través de la tradición oral y ancestral que se convierten en patrimonios intangibles para la nación. A la par que la ciudad alberga eventos gastronómicos de talla nacional e internacional como el Congreso Gastronómico.

## **2.5 MARCO CONCEPTUAL**

Para el proyecto de investigación y su completa comprensión, es necesario desarrollar algunos conceptos que van de la mano con el desarrollo del mismo, dado que no sólo involucra concepto económicos, sino ambientales y sociales, que permiten identificar la importancia de consolidar una empresa que brinde los servicios mencionados.

**PYME:** definida desde un estudio realizado por el Departamento Nacional de Planeación (DPN), la PYME, la pequeña y mediana industria o empresa es definida como aquella en la cual los activos totales no excedan de 10 millones de pesos corrientes, y su núcleo empresarial este en el rango de 5 a 99 trabajadores. (NIETO, Víctor Manuel; TIMOTÉ, Jennifer Andrea; SÁNCHEZ, Andrés Felipe; VILLARREAL, Sebastián. , 2015)

**RSE:** La Responsabilidad Social Empresarial, estudiada desde diversas disciplinas desde el siglo XX, es entendida como el comportamiento empresarial ético y responsable, que contribuye de manera activa al mejoramiento económico, social y ambiental de determinado territorio.

Para el presente estudio, se abordó el concepto de Alina Alea García en el artículo “Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible”, de la Revista Futuros: “La responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente...”(García, 2007, pág. 3)

**Responsabilidad Social –RS-:** Desde la ISO 26000, es definida como: “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad” (Argandoña, 2012),de tal forma que se tenga en cuenta las expectativas y necesidades de las partes involucradas, cumpliendo con legislaciones o normativas internacionales de comportamiento

**Economía de mercado:** “hace referencia a la organización social destinada a facilitar la producción y el consumo de los bienes y servicios surgidos del juego entre la oferta y la demanda”.(Porto,Julián Pérez; Gardey, Ana , 2009)

**Competitividad:** “Es la capacidad que posee una organización para incrementar o consolidar su presencia en el mercado. La competitividad tiene que ver con resultados cuantitativos como: participación de mercado, ventas, cobertura de mercado, número de sucursales / franquicias, número de clientes, etc.” (GRUPO ALBE CONSULTORIA), Si bien, la competitividad tienen que ver con resultados, también es cambiante y es deber de las organizaciones estar a la vanguardia para consolidarse en el mercado y no entrar en estado de vulnerabilidad

**Amenaza:** Para las organizaciones, se considera una amenaza toda situación o evento que afecte negativamente los resultados estratégicos de la misma. Sin embargo, “La Amenaza no está bajo el control de la organización, depende de terceros. Por ejemplo: la presencia de competidores extranjeros, la devaluación, el desarrollo de productos sustitutos que nos compiten, etc.”(GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Estrategia empresarial:** Es un conjunto de acciones que se encaminan hacia la productividad del presente y el futuro de la organización; la cual como lo expresa el Grupo ALBE Consultoría: “está conformada por las directrices estratégicas (la definición del negocio, la visión, la misión, la disciplina, los valores organizacionales), los objetivos estratégicos (con sus indicadores y metas) y los proyectos de mejora (con sus actividades de mejora)”(GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Indicador (medidor / KPI -Key Performance Indicator-):** Según el GRUPO ALBE Consultoría, el indicador es una medida cuantitativa que interactúa directamente con los objetivos empresariales, midiendo el desempeño de áreas organizacionales o el cumplimiento de una meta. (GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Medio ambiente externo:** Se entiende como medio ambiente externo los elementos que por fuera de la organización, interactúan directamente con la misma, de manera continua. Lo anterior, independientemente de ser externo, tiene

afecciones en los diversos aspectos de desarrollo de la organización. (GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Medio ambiente interno:** Dentro de la organización existe un conjunto de elementos que configuran el ambiente de la misma, de tal manera que se encaminan con los objetivos y planes internos de la organización y pueden ser desde los recursos tecnológicos hasta los proveedores que de una u otra forma influyen en el desarrollo de la organización. (GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Objetivo estratégico:** El objetivo estratégico es considerado para la organización como un plus que aporta al crecimiento interno y externo de la misma mediante resultados cuantitativos, es decir que se puedan medir por medio de uno o varios indicadores. Desde el GRUPO ALBE, se considera que alcanzar niveles de utilidad, aumentar la participación en el mercado, o tener eficiencia administrativos son claros ejemplos de objetivos estratégicos dentro de la organización. (GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Plan estratégico:** Un plan estratégico es un proyecto con directrices estratégicas que se encamina a cumplir objetivos en un tiempo determinado, de tal manera que se logre cumplir interna y externamente la visión de la organización, consolidando los valores de la organización (GRUPO ALBE CONSULTORIA)

**Calidad:** Desde la norma ISO 9001, la calidad se entiende como el grado adecuado en el que se manifiestan las características inherentes a un objeto, tales como el producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso, que cumplan con los requisitos. (ISO 9001)

**Eficacia:** es entendida, en un tiempo determinado como: “Extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados”(ISO 9001)

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1 ESTUDIO DE MERCADO**

El principal objetivo del estudio de mercado es realizar un análisis de la oferta y la demanda del servicio de asesoría en RSE para las pequeñas y medianas empresas -pymes- de la ciudad de Popayán. Con dicho análisis se determina cuáles son las condiciones de precio y cantidad, que las organizaciones estarían dispuestas a adquirir para suplir la necesidad de un plan de RSE en sus organizaciones.

El estudio de la competencia y las ofertas del mercado es indispensable para la creación de la empresa con servicios de RSE, dado que, estableciendo los parámetros actuales de la empresa y proyectándola hacia el futuro, es necesario tener en cuenta la comercialización de servicio que se brinda para las empresas locales. Verificando la posibilidad de penetración en el mercado.

Para lo anterior, se hace uso de diversas herramientas de recolección de datos tanto cualitativas como cuantitativas, de tal manera que faciliten la toma de decisiones empresariales que permitan obtener mayor probabilidad de éxito.

Finalmente, después del análisis de resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas, se diseñará un portafolio de servicio adecuado, en el cual se detallarán todas las características empresariales que tienen como objetivo principal, el cubrimiento de todas las necesidades de los clientes, logrando una satisfacción total.

#### **3.1.1 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Los métodos que se utilizaron para la recolección de la información del presente estudio de factibilidad son cualitativos y cuantitativos

#### **3.1.1.1. MÉTODO CUALITATIVO:**

Se realizaron entrevistas, como un formato completo y directo para la obtención de resultados, que a su vez, permite realizar conclusiones más exactas.

#### **3.1.1.2. MÉTODO CUANTITATIVO:**

Con el método cuantitativo, se hace uso de los números para realizar la investigación y posteriormente el análisis y comprobación de la información recopilada con las encuestas. De tal manera que: “Este método intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población”(Concepto de Definición, 2014). Las encuestas realizadas miden las diversas percepciones de los posibles clientes de la empresa, para que a través, de este método se pueda definir el nicho de mercado y el posible valor de los servicios, así como las posibilidades de la empresa en una ciudad pequeña como Popayán.

#### **3.1.2 ENCUESTAS**

Se diseñó un formato de encuesta, que contiene catorce preguntas, el cual será aplicado a 170 pymes de la ciudad de Popayán, esta muestra se toma con la finalidad de recopilar mucha información, que permita una aproximación real de las pymes y con ello, se realice un estudio de mercado completo. Las encuestas van dirigidas a los gerentes y al personal de las organizaciones que se encuentran registradas como pequeñas y medianas empresas en la cámara de comercio de la ciudad, con el fin de identificar las necesidades actuales y futuras respecto al tema de asesoría en Responsabilidad Social Empresarial.

### 3.1.2.1 POBLACIÓN Y MUESTRA: DETERMINACIÓN DEL MARCO MUESTRAL

#### DETERMINACIÓN DEL MARCO MUESTRAL

$$\frac{N * \sigma^2 * Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 * Z^2}$$

Donde:

$\sigma$ : Es la desviación estándar de la muestra, usualmente cuando no se tiene se usa 0.5 y es la que usaremos.

$n$ : Muestra el número representativo del grupo de PYMES a estudiar.

$N$ : Es la población o el número de personas a estudiar en las cuales están clasificadas como población referente, objetivo y meta, en este caso es de 480 PYMES inscritas en la ciudad de Popayán

$Z$ : Es el nivel de confianza que mide la confiabilidad de los resultados, lo usual es utilizar el 95% es decir, 1.95

$e$ : Es el grado de error que puede haber en los resultados: 6 %

#### 3.1.2.2 SELECCIÓN TÉCNICA DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{480 * 0.5^2 * 1.95^2}{0.06^2(480 - 1) + 0.5^2 * 1.95^2}$$

$$n = \frac{456.3}{2.675025} = 170.6$$



El número de encuestas que se realizó para el proyecto corresponde a 171 cuestionarios. Se considera de vital importancia que la implementación y diseño de dicho cuestionario respondan a los objetivos iniciales del estudio de factibilidad, de tal manera que se hallen posibles respuestas al problema central de investigación, ya que teniendo en cuenta los resultados que estas arrojen, se toman decisiones en cuanto al rumbo de la misma y la creación de un portafolio de servicios adecuado para las empresas de la ciudad de Popayán.

### 3.1.3 ESTUDIO TÉCNICO

“Se realiza con el fin de definir la función de producción, para que se optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio que se va a ofrecer”. (Domingo Ajenjo, 2005)

### 3.1.4 ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio es fundamental porque se convierte en un eje principal a la hora de crear empresa, dentro de él se trabajan varios factores que ofrece un panorama a la hora de invertir y distribuir el capital. “La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos” (Domingo, 2005, pág. 34).

## TABULACIÓN ENCUESTAS

### 1. ¿Conoce qué es Responsabilidad Social Empresarial?

*Tabla 1 Conoce que es RSE*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	126	74%
NO	45	26%

Fuente: Elaboración Propia

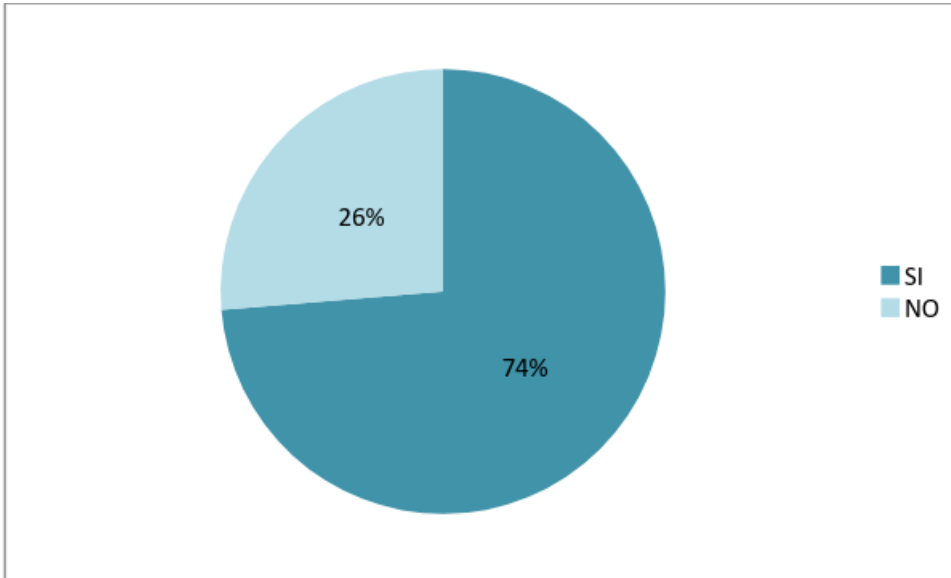


Ilustración 2 Responsabilidad Social Empresarial

Según la respuesta de los encuestados, el 74% de los representantes de las empresas han escuchado hablar de RSE, sin embargo, no tienen un conocimiento específico del tema, lo cual impide que el tema tenga relevancia dentro de las organizaciones.

## 2. ¿Conoce sobre la norma de Responsabilidad Social Empresarial (ISO 26000)?

Tabla 2 Conoce sobre la norma ISO 26000

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	38%
NO	106	62%

Fuente: Elaboración Propia

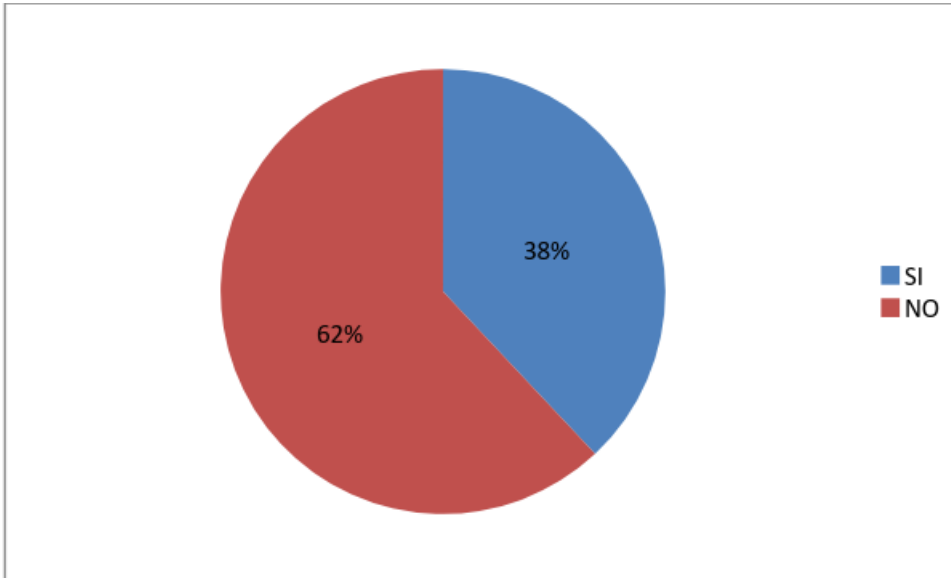


Ilustración 3 Norma ISO 26000

El 62% de los encuestados no tiene conocimiento sobre la normatividad que rige la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual implica que no se tenga claro los lineamientos y el objetivo por el cual se crea esta norma y tiene mayor importancia el tema a nivel nacional.

Por su parte, el 38% restante de los encuestados, quienes afirman conocer la norma ISO 26000, tienen una breve percepción de la misma pero no tienen un conocimiento amplio o profundo de sus objetivos.

### 3. ¿Conoce en qué consiste un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las organizaciones?

Tabla 3 Conoce en qué consiste un plan estratégico de RSE

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	57	33%
NO	114	67%

Fuente: Elaboración Propia

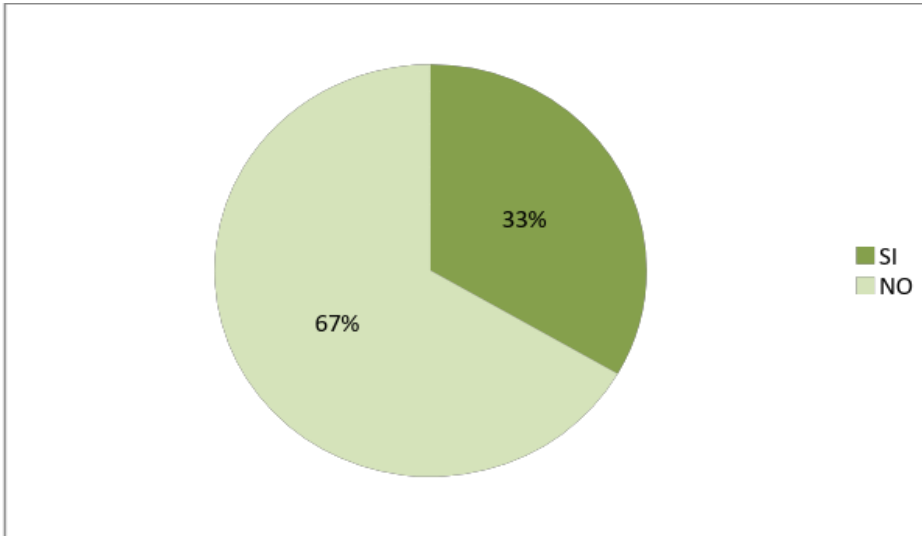


Ilustración 4 Plan Estratégico de RSE

Del 100% de los encuestados, tan sólo el 33% conoce en qué consiste un Plan Estratégico de RSE, sin embargo, su conocimiento es teórico y nunca lo han aplicado dentro de sus organizaciones. El porcentaje restante no tienen conocimiento alguno del tema, ya que nunca lo han aplicado ni tenido en cuenta para sus empresas.

#### 4. ¿Ha implementado anteriormente alguna estrategia de responsabilidad social empresarial?

Tabla 4 Ha implementado estrategias de RSE

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	70	41%
NO	101	59%

Fuente: Elaboración Propia

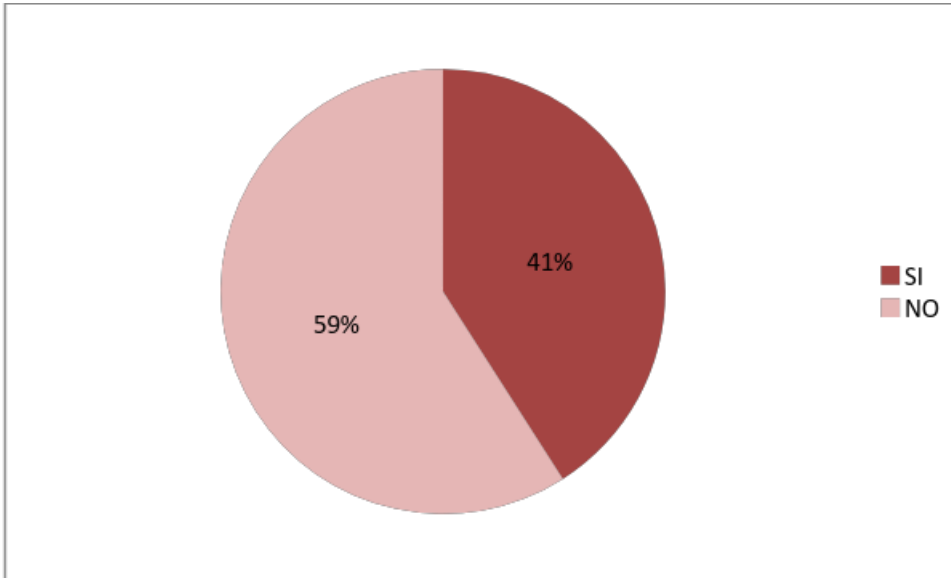


Ilustración 5 Implementación de un Plan Estratégico de RSE

Si bien, en la anterior pregunta, la mayoría de los encuestados no tenían conocimiento sobre el plan estratégico, en este ítem un 41% de los encuestados sí ha aplicado de manera individual estrategias enfocadas en el tema de responsabilidad social, sin necesidad de acogerse a un plan, y realizando estas acciones intermitentemente. Más del 50% de los encuestados, de empresas locales no han implementado una estrategia desde su creación.

**5. ¿Actualmente realiza acciones encaminadas al desarrollo sostenible y protección del medio ambiente, bienestar de sus trabajadores o ayuda a la comunidad?**

Tabla 5 Actualmente realiza acciones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	122	71%
NO	49	29%

Fuente: Elaboración Propia

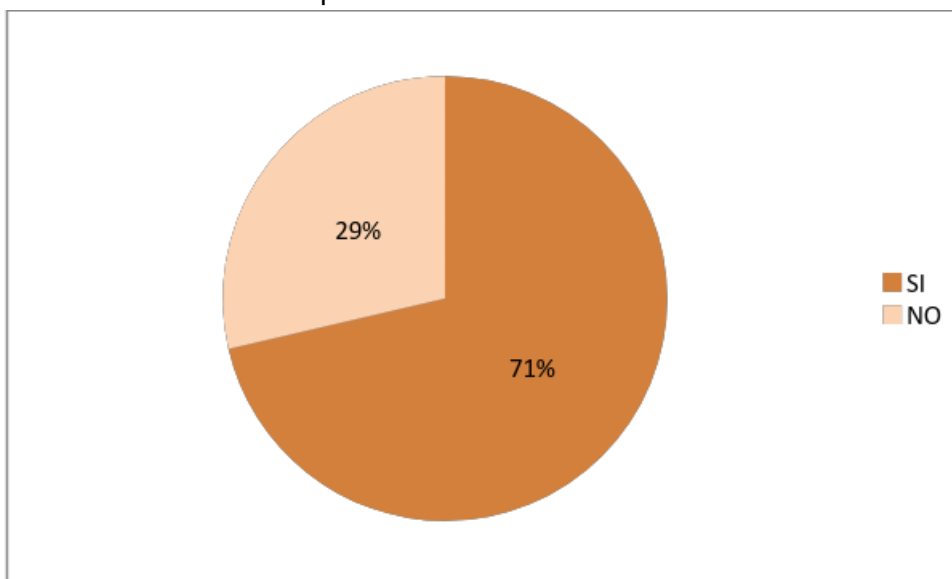


Ilustración 6 Acciones de sostenibilidad ambiental

Si bien las empresas locales desconocen el tema de RSE, el 71% realiza actividades en pro del medio ambiente, desconociendo que este es un aspecto que se tiene en cuenta dentro de la RSE. Acciones como políticas ambientales (reciclaje, materiales biodegradables entre otros), incentivos a los trabajadores y ayuda a poblaciones vulnerables hacen parte de las acciones que realizan las empresas locales. Y tan solo el 29% no tiene ningún tipo de actividad relacionada con la sostenibilidad ambiental

## 6. ¿Dentro de la empresa, ve la necesidad de implementar un plan de responsabilidad social empresarial?

Tabla 6 Ve la necesidad de implementar un plan de RSE

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	131	77%
NO	40	23%

Fuente: Elaboración Propia

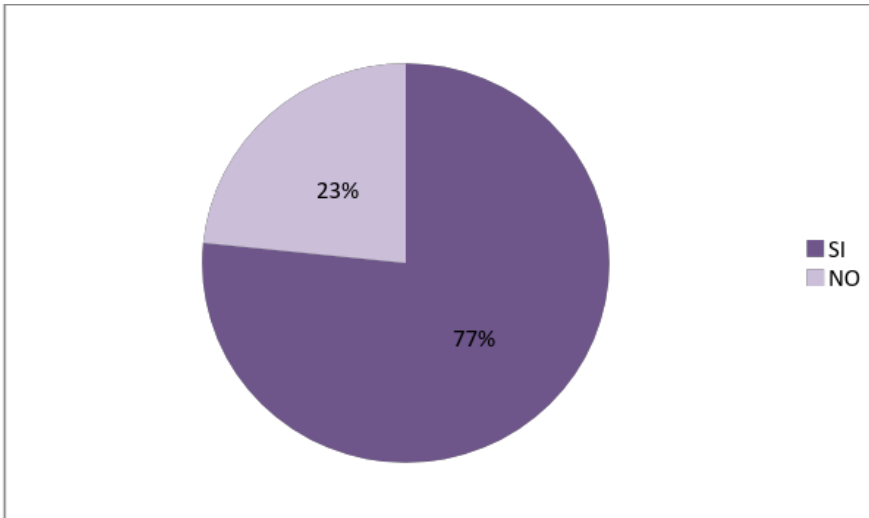


Ilustración 7 Necesidad de implementar un plan de RSE

Los encuestados que en su mayoría no tienen un plan estratégico de RSE, ven actualmente la necesidad de implementarlo, puesto que más allá del tema ambiental, este plan contribuye al mejoramiento y crecimiento de las organizaciones, mejorando aspectos tanto internos como externos. Sin embargo, sigue existiendo un 23% de los pequeños y medianos empresarios de la ciudad que no quieren implementar estas políticas, ya que no lo consideran indispensable

**7. ¿Cree usted que con un plan de responsabilidad social empresarial aumentaría la competitividad de su empresa?**

Tabla 7 Importancia de la RSE

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	121	71%
NO MUCHO	17	11%
POCO	18	10%
NADA	15	9%

Fuente: Elaboración Propia

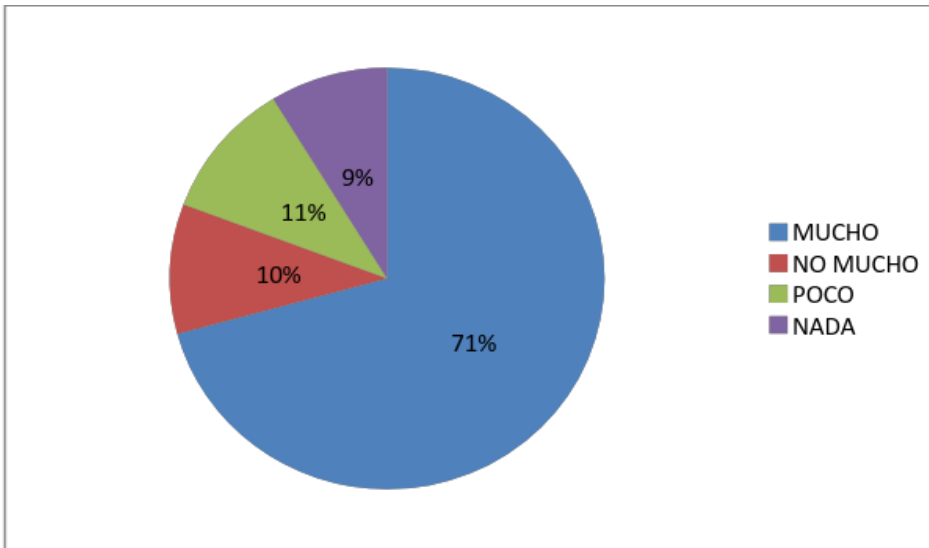


Ilustración 8 Importancia de la RSE para la organización

Las personas ven en el plan de RSE una herramienta con la cual pueden impulsar el crecimiento de sus empresas y la competitividad de las mismas, no solo porque pueden ofrecer productos de calidad, sino porque los procesos productivos se optimizan y contribuyen al bienestar social. Esto hace que el 71% de los empresarios piensen que su competitividad local aumente con la implementación de un plan.

Sin embargo, el 29% restante, dividido respectivamente en 10%, 11% y 9%, no piensa que los beneficios sean mayores con este tipo de estrategias.

### 8. ¿Conoce usted alguna empresa local que brinde asesorías de responsabilidad social empresarial?

Tabla 8 Conoce empresa locales sobre asesorías de RSE

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	6%
NO	161	94%

Fuente: Elaboración Propia



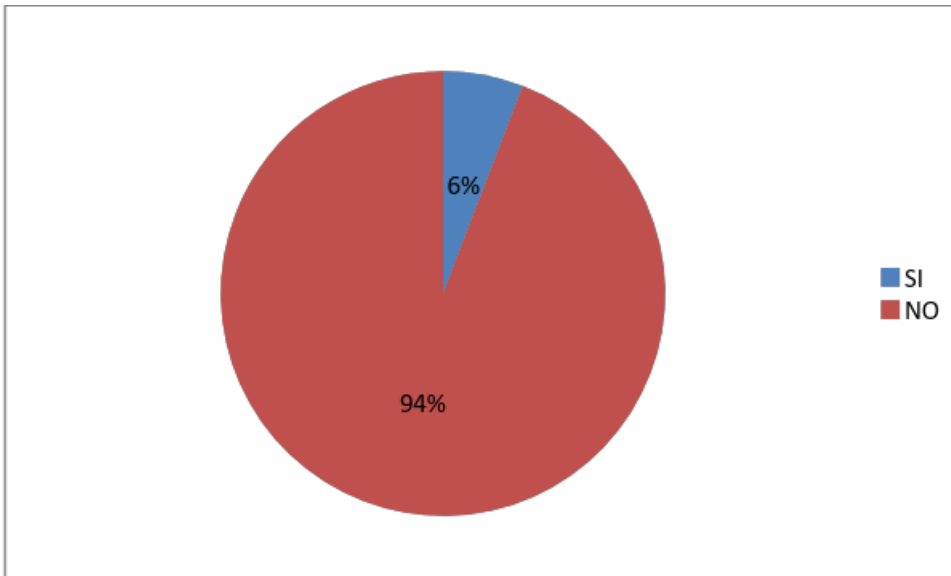


Ilustración 9 ¿Alguna empresa local tiene RSE?

Con las 171 encuestas realizadas a los pequeños y medianos empresarios de la ciudad, se encuentra que localmente no hay una empresa consolidada y líder que brinde y desarrolle servicios enfocados en la Responsabilidad Social, por lo cual la empresa proyectada sería una de las primeras a nivel local que priorice el tema.

El 6% de la población que conoce o relacione el tema con asesorías, son quienes han sido invitados por el SENA para que asistan a charlas relacionadas con el tema de RSE, las cuales están diseñadas para orientar a los empresarios en este tema, de manera rápida y no profundizada.

## 9. ¿Qué servicios conoce? Puede marcar más de una respuesta

Tabla 9 que servicios conoce

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asesorías sobre RSE	3	2%
Talleres en RSE	2	1%
Implementación y diseño de un plan de RSE	0	0%
Charlas de sensibilización	5	3%
Ninguno	161	94%

Fuente: Elaboración Propia

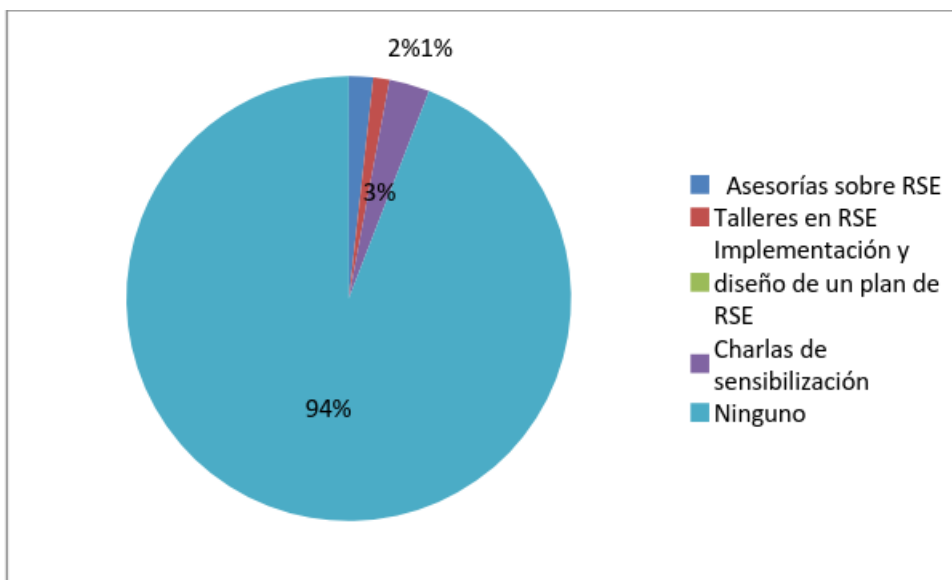


Ilustración 10 Servicios de RSE

Esta pregunta marca un precedente importante ya que los empresarios locales, refiriéndonos al 94%, no conocen ningún servicio referente al tema de RSE, ni de manera individual o dentro de un plan estratégico, los cuales son el foco principal de la empresa proyectada, dado que va a brindar todos los servicios mencionados dentro de su portafolio.

Tan sólo un 6% de los encuestados conoce algún tipo de servicio, entre los que se encuentran las asesorías sobre RSE con un 2%, los talleres de RSE con un 1% y las charlas de sensibilización con un 3%.

### 10. ¿Qué servicios de RSE quisiera conocer? Puede marcar más de una respuesta

Tabla 10 Que servicios quisiera conocer

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asesorías sobre RSE	105	32%
Talleres en RSE	61	19%
Implementación y diseño de un plan de RSE	87	26%
Charlas de sensibilización	77	23%
Ninguno	0	0

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11 Servicios de RSE que quisiera conocer

Si bien, aunque las empresas locales en su mayoría no implementan un plan estratégico de RSE, si tienen la iniciativa para conocer del tema y de los servicios que están incluidos dentro de la aplicación del tema.

Un 32% de los encuestados desea conocer acerca de las asesorías en RSE que puede brindar la empresa, dado que este sería como un primer paso para encontrar la necesidad de que la RSE sea implementada dentro de cada empresa. Seguidamente el 26% desea conocer sobre la aplicación de un plan estratégico de RSE como mecanismo que puede brindar un plus dentro de cada organización. Por otro lado, el 23% prefiere recibir charlas de sensibilización como un método que ha prevalecido por encima de otros recursos. Finalmente el 19%

muestra interés hacia los talleres puesto que es un recurso que combina la teoría y a práctica y es más fácil para que sea aplicado en la empresa.

### 11. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios de responsabilidad social empresarial para su organización?

Tabla 11 contrataría el servicio

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	137	80%
NO	34	20%

Fuente: Elaboración Propia

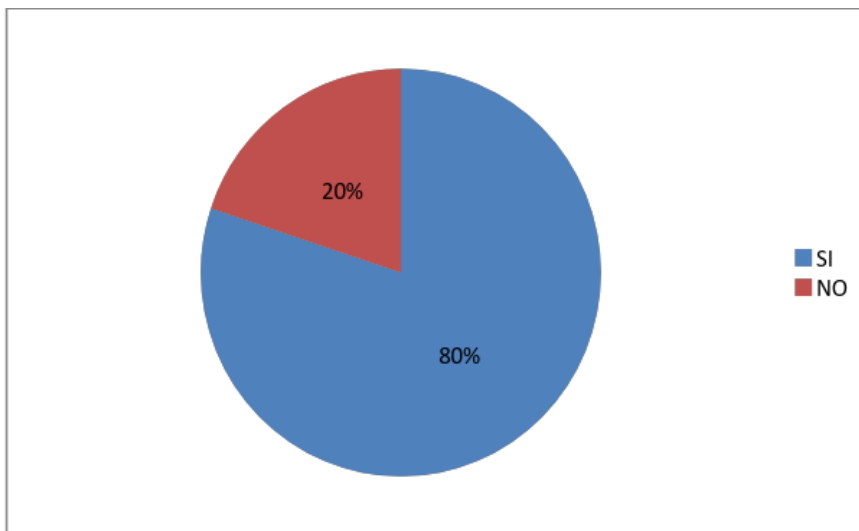


Ilustración 12 Contratación de servicios RSE

Esta gráfica muestra que un alto porcentaje de los encuestados, en este caso el 80%, tiene interés sobre el tema y que sí estarían dispuestos a acudir a expertos y a aplicar diversos recursos con los cuales su organización retribuya de manera social y económica a la región, siendo la RSE un tema que abarca desde la sostenibilidad ambiental hasta la competitividad ambiental.

Aunque el 20% se muestra escéptico ante el tema, es un número que no genera un alto impacto dentro de las empresas locales y el cual se puede ir relacionando gradualmente con el tema y la necesidad para su organización.

## 12. En qué sector desearía implementar un plan de RSE?

Tabla 12 que sector implementaría

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Componente ambiental	31	18
Clima organizacional	20	12
En la sociedad	18	10
Todas las anteriores	68	40
Ninguna de las anteriores	34	20

Fuente: Elaboración Propia

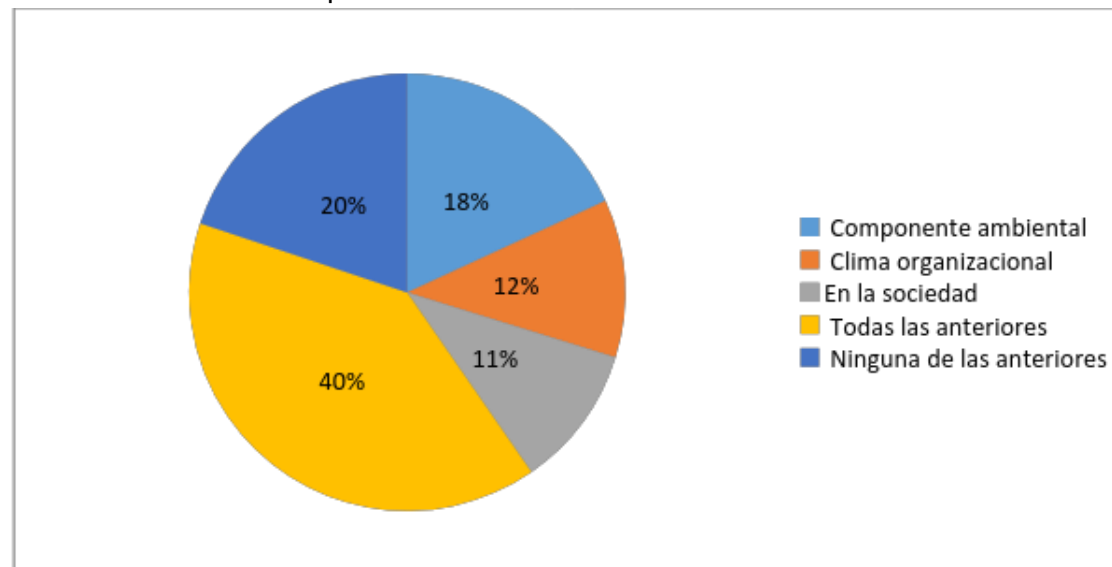


Ilustración 13 Implementación de un plan RSE

El plan contiene diversos recursos y trabaja varios aspectos tanto internos como externos, y el 40% de los encuestados lo reconoce, por esa razón, implementarían el componente ambiental, el clima organizacional y el aporte a la sociedad como un conjunto de estrategias integrales que beneficiarían a su empresa. Sin embargo, algunos empresarios se enfocan solo por un servicio, en relación a su sector comercial o a las necesidades primordiales de su empresa. El caso del

componente ambiental el 18% de los encuestados lo adquiriría como una necesidad de mitigar los efectos del cambio climático. El 12% trabajaría en el clima organizacional, como un factor interno que fortalece el aspecto interno. Por último el 10% se interesó por el componente social como un elemento clave a nivel externo y que en cierta medida es esencial para su permanencia.

**13. ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asesoría en responsabilidad social empresarial para su organización?**

*Tabla 13 cuanto invertiría en un plan de RSE*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>1 a 3 millones</b>	63	37%
<b>3 a 5 millones</b>	49	29%
<b>5 a 10 millones</b>	25	14%
<b>Nada</b>	34	20%

Fuente: Elaboración Propia

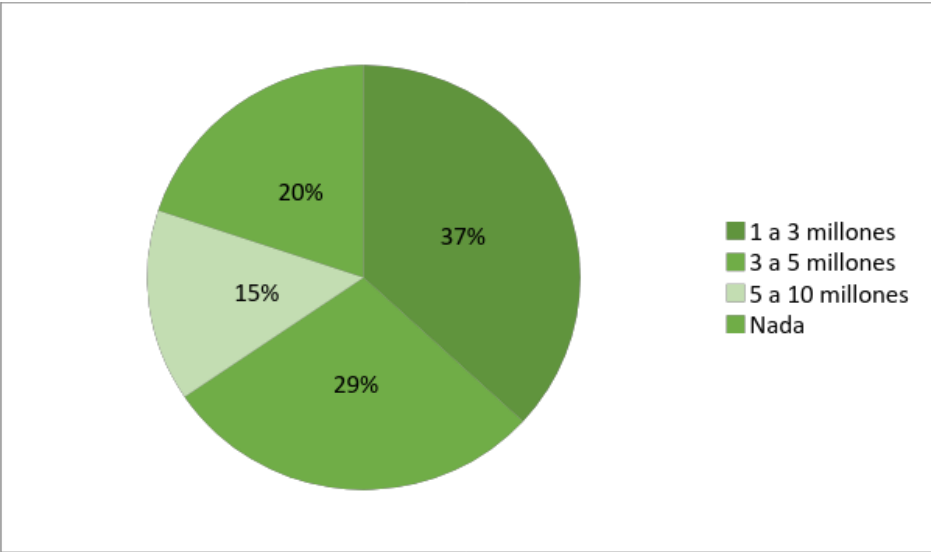


Ilustración 14 Inversión de un plan RSE

A nivel económico los encuestados no fueron tan amplios, la mayoría de ellos, el 37%, coincidió que el presupuesto que destinarían al plan de RSE es de uno a tres millones de pesos m/c. El 29% invertiría de tres a cinco millones por un plan efectivo y que le garantice beneficios empresariales a largo plazo. Sin embargo, existe un 14% que cree que entre mayor sea la inversión mayor es el nivel de satisfacción, este grupo de población entiende que para crecer y aumentar su competitividad deben estar actualizados en el tema de sostenibilidad ambiental, uso de recurso y el manejo en general de su empresa. Sigue existiendo un 20% que se muestra apático al tema, y el cual no invertiría en un plan de RSE, porque no lo considera un tema indispensable y porque el costo puede ser elevado respecto a su disponibilidad financiera.

**14. Cuánto tiempo estaría dispuesto a destinar para implementar el proceso de un plan de Responsabilidad Social Empresarial?**

*Tabla 14 tiempo de implementación*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>1 mes</b>	25	19%
<b>3 meses</b>	60	46%
<b>6 meses</b>	38	29%
<b>1 año</b>	7	5%

Fuente: Elaboración Propia

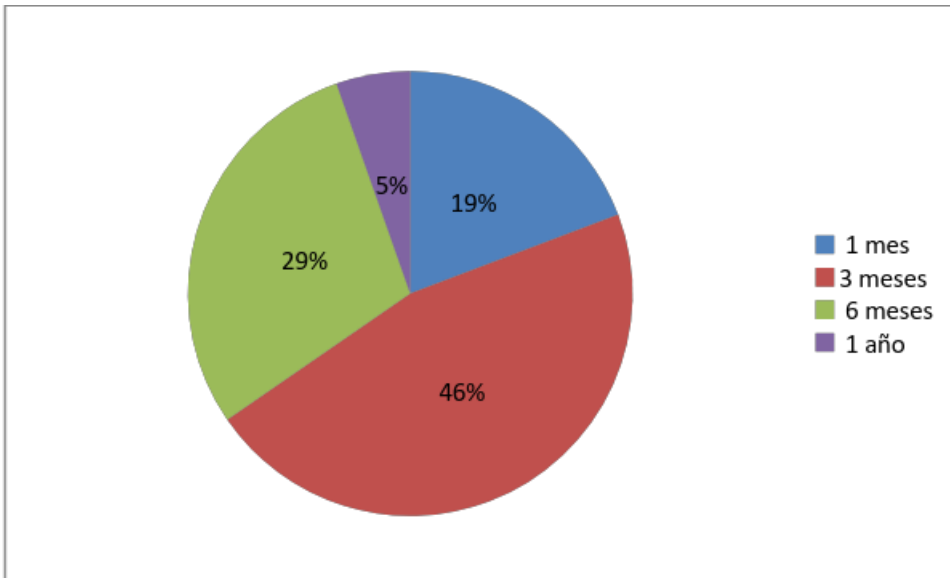


Ilustración 15 Tiempo para implementar un plan RSE

Aunque el tiempo para desarrollar un plan de RSE dentro de las pymes de la ciudad de Popayán está ligado a las necesidades de cada empresa, es cierto que se requiere un continuo acompañamiento para evaluar las acciones implementadas y sus impactos.

El 5% de los encuestados coincide con que este puede ser un proceso que puede tomar varios meses, pero dentro de los cuales van a ser visibles los cambios, por ese motivo consideran que un año, es tiempo prudente para que el plan quede bien diseñado, ejecutado y se puedan evidenciar los resultados. El 29% considera que en la mitad del tiempo anterior podrán obtener resultados tangibles, quizá porque no tienen una percepción real de las posibles fallas que existen dentro de su pyme.

Por otro lado, hay un 19% que desconoce el proceso y los aspectos relacionados dentro de un plan estratégico, por lo cual piensa que en un mes ya se pueden apreciar avances y resultados efectivos. Finalmente, la mayoría de los encuestados, el 46%, trabajaría tres meses, para que el plan de RSE ya esté creado, implementado y evaluados en sus organizaciones.



Es importante mencionar que, el tiempo durante el cual se implementen los servicios y se brinden asesorías continuas, está ligado directamente con el costo del servicio que se suministre. Lo anterior dado que, a mayor tiempo, mayor será el costo invertido para la organización; pero también su duración está en relación con las necesidades de la empresa y el cumplimiento de objetivos estratégicos para que la misma logre posicionarse en el mercado.

### **3.1.5 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

Se realizaron cinco entrevistas a gerentes y administradores de pymes de la ciudad de Popayán que tienen dentro de sus políticas el plan de responsabilidad social, a mediante Diez preguntas se buscó analizar el entorno de la organización, los beneficios y la manera cómo había cambiado su organización con la implementación de dicho plan. Así mismo, esto permitió determinar qué tan completo es el plan en RSE, que manejan las empresas entrevistadas.

### **TABULACIÓN ENTREVISTAS**

De acuerdo a las respuestas de los cinco empresarios entrevistados se concluyo lo siguiente

Tabla 15 Tabulación entrevista

PREGUNTA	RESPUESTAS
1. Tiempo de Implementación	Aproximadamente 5 años
2. ¿Considera que estas acciones son importantes? ¿Y si no lo son, por qué no?	Sí, porque se genera más oportunidades y la empresa se hace más creíble ante la sociedad
3. Evolución a través del tiempo	Se ha visto mayor competitividad y se han abierto nuevos mercados Impacto social económico: obras sociales en la ciudad.
4. Beneficios obtenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento</li> <li>• Oportunidades</li> <li>• Competitividad</li> <li>• Confianza</li> <li>• Compromiso</li> </ul>
5. Barreras y retos que se tienen que afrontar antes de la implementación	Compromisos de entes gubernamentales es poco o nulo.
6. Aspectos importantes para tener en cuenta antes de la implementación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación</li> <li>• Dialogo</li> <li>• Evaluación</li> <li>• Planeación</li> <li>• Compromiso de las empresas</li> </ul>

<p><b>7. Cuanta con un código de ética organizacional</b></p>	<p><b>Si se cuenta con un código de ética en las organizaciones que hace de estas unas empresas más confiables</b></p>
<p><b>8. La RSE han abierto nuevos mercados y oportunidades para la empresa</b></p>	<p><b>La RSE si brinda para las empresas nuevas oportunidades de expandirse y participar en otros mercados</b></p>
<p><b>9. Como es la percepción de la comunidad acerca de su empresa</b></p>	<p><b>Favorable</b> <b>Empresas con compromiso social.</b></p>
<p><b>10.La RSE fortalece los vínculos de la empresa con sus trabajadores, la comunidad , entre otras</b></p>	<p><b>Si, ya que las políticas, retos y objetivos son de mejoramiento continuo.</b> <b>Posicionamiento en el mercado local.</b></p>

Fuente: Elaboración Propia

## **3.2 ESTUDIO TÉCNICO**

Para la creación de una empresa que brinde asesoría en RSE, es necesario realizar un estudio técnico con los siguientes objetivos:

- Identificar la localización de la empresa de servicios de asesoría.
- -Establecer los servicios de asesoría en responsabilidad social empresarial para pymes en la ciudad de Popayán.
- -Parte administrativa de la empresa
- -Identificar los recursos necesarios para la instalación y operación de la empresa de Servicios de asesoría en RSE

### **3.2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO**

#### **3.2.1.1 CAPACIDAD DISEÑADA**

Se considera como la capacidad o volumen de servicios que puede llegar a tener la empresa para operar a ese nivel máximo de producción del servicio y de ninguna manera se puede superar.

Este proyecto está diseñado para operar con un máximo de dos asesores, es decir dos auditores de calidad en RSE, quienes podrían trabajar un total de 4608 horas al año, debido a que diariamente se laboran 8 horas durante seis (6) días, lo que equivale a 48 horas semanales y al multiplicarlas por 48 semanas que tiene el año, daría un total de 2.304 horas al año por asesor.

#### **3.2.1.2 CAPACIDAD INSTALADA**

Según las características de la empresa se requiere contar con un recurso humano especializado en Responsabilidad Social Empresarial RSE necesario para la prestación del servicio, sin llegar a tener recurso ocioso. Sin embargo, se toma como referencia que el horario máximo legal, es de 48 horas semanales.

Las labores son de lunes a sábado tiempo completo y el día Domingo se descansa, lo que indica que se contaría con un total de 48 horas semanales, 192 mensuales, en total 2.304 horas al año por asesor.

Es por esto que se hace necesario conocer el tiempo requerido para la ejecución del servicio, para lo cual se presentará a continuación la siguiente tabla que refleja el tiempo de ejecución del Servicio de Asesoría en cada fase del proceso de Implementación en RSE.

### 3.2.1.3 CAPACIDAD UTILIZADA

#### ASESORÍAS

Tabla 16 Asesorías

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DÍAS</b>	<b>HORAS</b>
<b>IDENTIFICAR OPORTUNIDADES</b>	3	24
<b>IDENTIFICAR GRUPOS DE INTERÉS</b>	4	32
<b>CONCRETAR OBJETIVOS</b>	4	32
<b>DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN</b>	5	40
<b>ASESORÍA EN RSE</b>	5	40
<b>SOLUCIÓN DE NO CONFORMIDADES</b>	4	32
<b>INFORME FINAL</b>	3	24
<b>TOTAL</b>	<b>28 DÍAS</b>	<b>224 HORAS</b>

Fuente: Elaboración Propia

## CHARLAS

Tabla 17 Charlas

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>HORAS</b>
<b>Charla de sensibilización a la alta gerencia</b>	2 horas
<b>Introducción a la RSE y al desarrollo sostenible</b>	2 horas
<b>Diálogo con grupos de interés</b>	2 horas
<b>Inversión social y relaciones con la comunidad</b>	2 horas
<b>TOTAL</b>	8 horas

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3.1 INSTALACIONES Y UBICACIÓN

#### 3.3.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ejecutará en la capital del departamento del Cauca. De este modo, para la ubicación óptima del proyecto se tendrá como referencia el método de evaluación de puntos, siendo necesario determinar los siguientes factores para su elección:

#### 3.3.1.2 Variables consideradas para la determinación de la macro localización

Popayán es la capital del Departamento del Cauca en la República de Colombia, se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar, msnm, con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. La población estimada es de 270.000 habitantes aproximadamente en su área urbana.

#### 3.3.1.3 MICRO LOCALIZACIÓN

Teniendo en cuenta las instalaciones necesarias para el desarrollo de las labores de la empresa, se han preseleccionado tres alternativas para la ubicación de la oficina donde funcionará la empresa de asesoría en responsabilidad social empresarial para pymes en Popayán.

#### **3.3.1.4 Variables consideradas para la determinación del micro localización.**

##### **Selección y definición de los factores**

Las siguientes variables son las consideradas para la localización de la empresa, dado que estos factores influyen directamente en su funcionamiento.

- Costo de Arrendamiento
- Vías de acceso
- Cercanía al mercado
- Infraestructura de Servicios
- Disponibilidad de Transporte
- Costo de los Servicios

Tabla 18 Variables de micro localización

PONDERADO		CENTRO		ESMERALDA		NORTE	
		PUNT	POND	PUNT	POND	PUNT	POND
Costo arrendamiento	35%	4	1.4	8	2.8	2	0.7
Vías de acceso	5%	8	0.4	8	0.4	4	0.2
Cercanía al mercado	10%	7	0.7	6	0.6	4	0.4
Infraestructura de servicio	20%	8	1.6	5	1	9	1.8
Disponibilidad de transporte	10%	10	1	8	0.8	5	0.5
Costo de servicios	20%	6	1.2	4	0.8	2	0.4
			6.3		6.4		4

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4.1 INSTALACIONES

La empresa debe contar con unas instalaciones amplias, con buena luz y ventilación, para proporcionar un buen espacio de trabajo al personal, lo que repercutirá en el clima organizacional. También debe tener una imagen corporativa adecuada. Cada área tendrá su espacio, permitiendo una buena comunicación entre cada una de las dependencias para lograr un ambiente de trabajo adecuado.



### 3.4.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

Los siguientes, son los elementos materiales necesarios dentro de la organización, para prestar un servicio de calidad que se ajuste a todas las necesidades de los clientes.

#### MUEBLES Y ENSERES

Tabla 19 Muebles y enseres

<b>OBJETO</b>	<b>UND</b>
<b>Escritorio de ejecutivo</b>	1
<b>Sillas</b>	3
<b>Escritorio sencillo</b>	1
<b>Escritorio en L</b>	1

Fuente: Elaboración Propia

#### SISTEMA DIGITAL

Tabla 20 Sistema digital

<b>OBJETO</b>	<b>UND</b>
<b>Sistema Digital</b>	1

Fuente: Elaboración Propia

## EQUIPOS DE OFICINA

Tabla 21 Equipos de oficina

<b>OBJETO</b>	<b>UND</b>
<b>Computador</b>	3
<b>Video beam</b>	2
<b>Computador portátil</b>	2

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4.3 ÁREA ADMINISTRATIVA

Los cargos administrativos de acuerdo a la estructura empresarial son los siguientes:

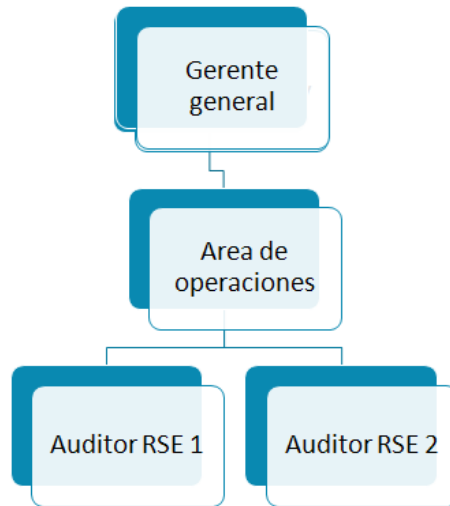
## CARGOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 22 Cargos administrativos

<b>CARGOS</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>
<b>GERENTE</b>	1
<b>AUDITOR DE CALIDAD EN RSE</b>	2

Fuente: Elaboración Propia

## ORGANIGRAMA



*Ilustración 16 Organigrama*

### 3.4.4 PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS

#### 3.4.4.1 MANUAL DE FUNCIONES

A continuación se describen las funciones que desempeñan los integrantes de la organización, de tal manera que el rol de cada uno de ellos es determinante para el buen funcionamiento de la empresa, su desarrollo interno y externo.

#### JUNTA DIRECTIVA

- Aprobar los objetivos y políticas de la empresa.
- Aprobar el presupuesto general de la empresa.
- Elegir al gerente.
- Elaborar reglamentos.
- Determinar el manual de funciones de la empresa.

## **GERENTE**

**ÓRGANO DE DIRECCIÓN:** Gerencia general

**REQUISITOS MÍNIMOS DEL CARGO:** Profesional en el área de administración de empresas, experiencia de cuatro años en cargos relacionados.

**FUNCIÓN GENERAL:** La gerencia es el órgano administrativo de mayor jerarquía presente en la organización, encargado de la dirección de todas las actividades que realice la empresa, es el representante legal y debe realizar las siguientes funciones específicas:

- Usar la firma o razón social
- Dirigir, coordinar y controlar la ejecución de los planes y programas de la Organización.
- Toma de decisiones administrativas y financieras
- Administrar el presupuesto de la empresa y dirigir las operaciones de la sociedad, Siguiendo las disposiciones de la Junta General de Socios.
- Formular, implementar y difundir la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo y de las Demás políticas que consideren necesarias para la Organización.
- Representar a la empresa, en eventos sociales, reuniones, visitar clientes.
- Definir y formular la política de gestión integral de la Organización.
- Capacitarse continuamente.

## **AUDITOR**

**ÓRGANO DE DIRECCIÓN:** Área de operaciones

**REQUISITOS MÍNIMOS DEL CARGO:** Tener un amplio conocimiento en el tema de RSE y experiencia mínima de un año en manejo de escenarios

### **FUNCIONES:**

- Realizar los procesos de control de registros, control de documentos como lo establece los procedimientos.
- Cooperar en la determinación de los objetivos de políticas de RSE donde se requieran aplicar

- Agrupar la información para el proceso de Revisión de RSE
- Verificar el cumplimiento de las políticas de RSE
- Difundir las políticas de RSE
- Dar un trato amable, cortés y respetuoso a los Usuarios de los servicios de la empresa.
- Capacitarse continuamente.
- Demás funciones relacionadas con la naturaleza del cargo.

### **3.5 PORTAFOLIO DE SERVICIOS**

Analizando la información obtenida a través del sistema de recolección de datos, se diseña un portafolio de servicios que permita cubrir con las necesidades de los usuarios, dando a conocer la plataforma filosófica de la empresa y los servicios que ofrece.

#### **3.5.1 PLATAFORMA FILOSÓFICA**

##### **3.5.1.1. HISTORIA**

La empresa de RSE surgió como una idea de negocio de dos estudiantes de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, para cubrir la necesidad que tienen las organizaciones hoy en día de implementar planes de responsabilidad social empresarial RSE a través de asesorías, mediante las cuales se pueda hacer un diagnóstico e implementar estrategias, donde se priorice la integridad de la empresa, clientes, proveedores, medio ambiente, colaboradores etc.

### **3.5.1.2. MISIÓN**

Brindar atención y servicio a las organizaciones y/o personas sobre el Plan de Responsabilidad Social Empresarial, para que sus políticas y prácticas empresariales sean responsables y contribuyan al desarrollo sostenible, a la par que generan mayor competitividad y aumentan su proyección comercial.

### **3.5.1.3 VISIÓN**

En 2023 ser una empresa líder y reconocida en la ciudad de Popayán, que brinde asesorías en Responsabilidad Social Empresarial, con un portafolio de servicios estructurado e innovador, logrando una estabilidad financiera y generando bienestar al entorno.

### **3.5.1.4 OBJETIVOS**

- Brindar un servicio de alta calidad a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Popayán, en torno al tema de RSE y su desarrollo estratégico.
- Diseñar un portafolio de servicios general, donde el Plan de RSE para las pyme sea una herramienta innovadora que permita aumentar la competitividad de las organizaciones.
- Asesorar de manera integral a las organizaciones y/o personas, teniendo en cuenta las necesidades y el entorno particular, con el fin de aportarles al cumplimiento de la visión empresarial mediante el manejo responsable de recursos.

- Contribuir mediante prácticas empresariales responsable establecidas en cada plan de RSE, a la consolidación de una cultura de desarrollo social sostenible.

### 3.5.2. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

A continuación se enumeran los principales servicios que la empresa va a brindar a la comunidad empresarial de la ciudad de Popayán.

#### Proceso de implementación de un Plan Estratégico de RSE

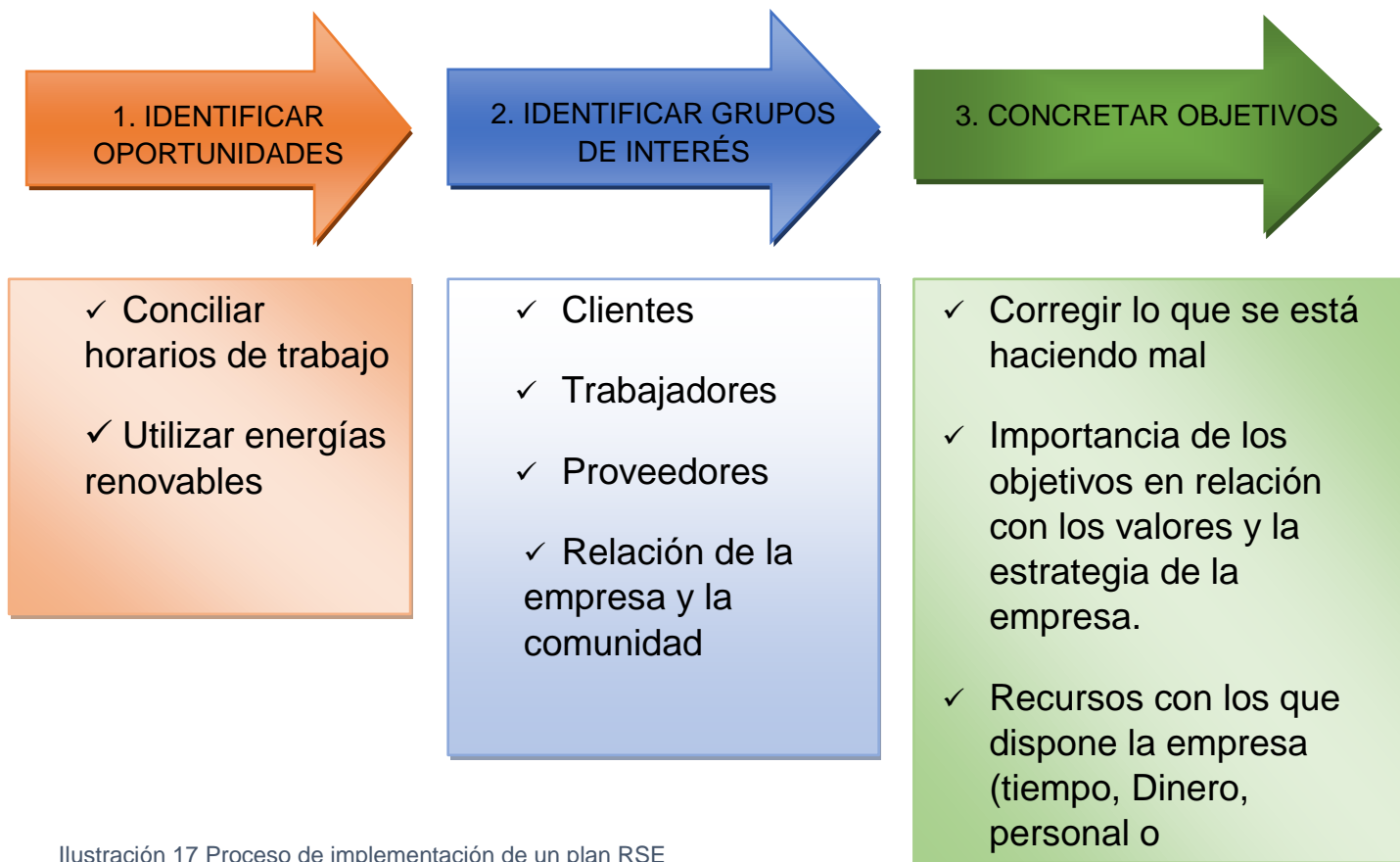


Ilustración 17 Proceso de implementación de un plan RSE

### **3.5.2.1 CHARLAS**

Las charlas tienen un carácter informativo en primera instancia, socializando la importancia y necesidad de la RSE dentro de cada organización para su rendimiento y fortalecimiento en el mercado local. Sin embargo, con la información ya suministrada, cada miembro de la organización deberá apropiarse de esos datos, para poder aplicar ese conocimiento en cada pyme.

Serán charlas dinámicas, con expertos en el tema que brindarán herramientas para trabajar o fortalecer esta política en cada organización, construyendo lazos y acciones que van en vía al cumplimiento de la norma de RSE.

### **3.5.2.2 ASESORÍA EN PLAN ESTRATÉGICO DE RSE**

El Plan Estratégico de RSE para cada empresa está diseñado acorde a las necesidades específicas, de tal manera, que abarque sus debilidades y fortalezas y las adhiera a una serie de acciones encaminadas a alcanzar objetivos clave referentes a este tema.

Dentro de los parámetros que el Plan de RSE debe tener se incluye la minimización del impacto ambiental que la empresa causa. En primer lugar, identificar el impacto para que se propongan las medidas correctivas necesarias y gradualmente se implementen. Entre ellas está el control sistemático del uso de agua o energía, el manejo de residuos, o la adecuación del lugar con elementos ecológicos, o demás en relación con las buenas prácticas ambientales.

No solo la empresa en su infraestructura debe demostrar que es responsable socialmente, sino las prácticas y comportamientos que sus empleados realicen. En este punto, la organización debe fomentar la cultura de responsabilidad social



mediante capacitaciones continuas. Para esta acción se debe medir el impacto que ha tenido en el trabajador la participación en este tipo de estrategias empresariales. De tal manera que se pueda evaluar la satisfacción del mismo dentro de los planes sociales que desarrolla la organización. Una vez el compromiso se adquiere a nivel interno, la organización está en la responsabilidad de trabajar de manera externa este tema, influenciando a la población a ser consciente y a realizar sus distintas tareas de forma responsable. Cada acción reduce contaminación y mejora la calidad de vida de todos.

Para la implementación del plan, es necesario que la empresa extienda el compromiso de RSE a proveedores y clientes, mediante una serie de requisitos y cláusulas empresariales que tengan como prioridad las prácticas socialmente responsables. Esto es, una nueva forma de generar lazos con los clientes y los proveedores, tomando conciencia del espacio que se habita y de las consecuencias que pueden tener las acciones a nivel personal y social.

El plan debe tener un plan de comunicación para que el objetivo de cada propuesta se cumpla a cabalidad. Cada acción implica el manejo de un canal de comunicación bidireccional para que exista una retroalimentación y se indague por la recepción de cada usuario.

Para la parte interna de la organización, la implantación del plan de RSE debe estar garantizada, así como su desarrollo continuo y las modificaciones necesarias. Esto puede ser logrado mediante la asignación de responsables internos, la actualización de datos e indicadores periódicamente, el análisis de la repercusión del plan a nivel interno y externo.

### 3.6 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio tiene como objetivo determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiación que se deberán efectuar para la realización y operación del proyecto, así como también permite cuantificar los ingresos y egresos que se obtendrán en un periodo de tiempo determinado.

#### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla 23 Proyección de la demanda

CONCEPTO	EMPRESAS
DEMANDA ACTUAL DEL MERCADO	137
CAPACIDAD DEL PROYECTO EN EL MERCADO	9

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24 crecimiento anual

CRECIMIENTO ANUAL			
AÑOS	NO. DE ASESORES	CAPACIDAD IMPLEMENTACIÓN	CAPACIDAD CHARLAS
AÑO 1	2	12	20
AÑO 2	2	13	24
AÑO 3	2	14	24
AÑO 4	2	15	24
AÑO 5	2	16	24

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 datos de entrada

DATOS DE ENTRADA	
Horas mensuales laboradas por asesor	192
Horas anuales laboradas por asesor	2304
Capacidad utilizada por implementación	224
Capacidad utilizada por CHARLA	8

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.1. ACTIVOS

#### 3.6.1.1. ACTIVOS CORRIENTES

##### BANCOS

Esta es una fuente principal y confiable. Inicialmente se realiza la solicitud de crédito al banco Davivienda por valor de Quince millones de pesos m/c (\$15.000.000) los cuales serán discriminados de la siguiente manera:

Tabla 26 Bancos

<b>Valor préstamo solicitado</b>	<b>\$15.000.000</b>
<b>Tipo de tasa</b>	<b>Tasa fija</b>
<b>Valor cuota mensual</b>	<b>\$463.424,28</b>
<b>Cantidad de cuotas mensuales</b>	<b>60</b>
<b>Tasa de interés</b>	<b>2,3%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27 Amortización

<b>TABLA AMORTIZACIÓN</b>					
<b>CAPITAL</b>	<b>VALOR</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>ABONO</b>	<b>SALDO</b>
<b>1</b>	15.000.000	5.561.091	3.945.710	1.615.382	13.384.618
<b>2</b>	13.384.618	5.561.091	3.438.909	2.122.183	11.262.435
<b>3</b>	11.262.435	5.561.091	2.773.107	2.787.985	8.474.450
<b>4</b>	8.474.450	5.561.091	1.898.419	3.662.672	4.811.778
<b>5</b>	4.811.778	5.561.091	749.313	4.811.778	0

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.1.2 ACTIVOS FIJOS

#### MUEBLES Y ENSERES

Tabla 28 Activos fijos- muebles y enseres

<b>OBJETO</b>	<b>UND</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Escritorio de ejecutivo</b>	1	\$200.000	\$200.000
<b>Sillas</b>	3	\$ 80.000	\$ 240.000
<b>Escritorio sencillo</b>	1	\$ 110.000	\$ 110.000
<b>Escritorio en L</b>	1	\$ 150.000	\$ 150.000
<b>Otros</b>	-	-	\$ 300.000
<b>Total</b>			\$1.000.000

Fuente: Elaboración Propia

#### EQUIPOS DE OFICINA

Tabla 29 Equipos de oficina

<b>OBJETO</b>	<b>UND</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Computador</b>	3	\$ 750.000	\$ 2.250.000
<b>Video Beam</b>	2	\$ 950.000	\$ 1.900.000
<b>Computador portátil</b>	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
<b>Total</b>			\$ 6.150.000

Fuente: Elaboración Propia

<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 7'150.000
----------------------------	--------------

## DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla 30 Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS				
AÑO	CUOTA	DEPRECIACIÓN PERÍODO	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	SALDO A DEPRECIAR
1	\$ 7.850.000	\$ 785.000	\$ 785.000	\$ 7.065.000
2	\$ 7.065.000	\$ 785.000	\$ 1.570.000	\$ 6.280.000
3	\$ 6.280.000	\$ 785.000	\$ 2.355.000	\$ 5.495.000
4	\$ 5.495.000	\$ 785.000	\$ 3.140.000	\$ 4.710.000
5	\$ 4.710.000	\$ 785.000	\$ 3.925.000	\$ 3.925.000
6	\$ 3.925.000	\$ 785.000	\$ 4.710.000	\$ 3.140.000
7	\$ 3.140.000	\$ 785.000	\$ 5.495.000	\$ 2.355.000
8	\$ 2.355.000	\$ 785.000	\$ 6.280.000	\$ 1.570.000
9	\$ 1.570.000	\$ 785.000	\$ 7.065.000	\$ 785.000
10	\$ 785.000	\$ 785.000	\$ 7.850.000	-

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.1.3 ACTIVOS DIFERIDOS

#### DIFERIDOS

Tabla 31 Diferidos

Activos Diferidos			
Objeto	cantidad	valor unitario	valor total
Autenticación de los estatutos	1	7.800	7.800
impuesto de registro cámara y comercio	1	340.000	340.000
formulario de registro único empresarial	1	4.800	4.800
cuenta bancaria	1	100.000	100.000
certificados originales de existencia y representación legal	1	4.800	4.800
inscripción de libros	1	11.600	11.600
matricula mercantil	1	2.400	2.400
<b>TOTAL</b>			<b>471.400</b>

Fuente: Elaboración Propia

## INTANGIBLES

Tabla 32 Intangibles

OBJETO	UND	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sistema digital	1	\$ 800.000	\$ 800.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 800.000</b>	<b>\$ 800.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

## AMORTIZACIÓN ACTIVOS

Tabla 33 Amortización de activos

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS				
AÑO	CUOTA	AMORTIZACIÓN PERIODO	AMORTIZACIÓN ACUMULADA	SALDO A AMORTIZAR
1	1.271.400	254.280	160.000	1.017.120
2	1.017.120	254.280	414.280	762.840
3	762.840	254.280	668.560	508.560
4	508.560	254.280	922.840	254.280
5	254.280	254.280	1.177.120	-

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.1.3 GASTOS OPERATIVOS

#### GASTOS DE OPERACIÓN (TERRENOS)

Tabla 34 Gastos de operación (Terrenos)

<b>OBJETO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Oficina arriendo mensual</b>	\$ 600.000
<b>TOTAL AÑO</b>	\$ 7.200.000

Fuente: Elaboración Propia

#### GASTOS DE OPERACIÓN (SERVICIOS)

Tabla 35 Gastos de Operación (servicios)

<b>OBJETO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Agua y energía</b>	\$ 150.000
<b>Internet y teléfono</b>	\$ 100.000
<b>TOTAL</b>	\$ 250.000
<b>TOTAL AÑO</b>	\$ 3.000.000

Fuente: Elaboración Propia

<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 10.200.000</b>
--------------------------------	----------------------

### 3.6.3 NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 36 Nómina de Administración

NOMBRE	SALARIO MENSUAL	AUX TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	TOTAL DESCUENTOS			
				SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEDUCIDO	TOTAL A PAGAR
GERENTE	2.000.000		2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
AUDITOR 1	1.300.000	83.140	1.383.140	52.000	52.000	104.000	1.279.140
AUDITOR 2	1.300.000	83.140	1.383.140	52.000	52.000	104.000	1.279.140
<b>TOTAL</b>	<b>4.600.000</b>	<b>166.280</b>	<b>4.766.280</b>	<b>184.000</b>	<b>184.000</b>	<b>368.000</b>	<b>4.398.280</b>

Fuente: Elaboración Propia

### PRESTACIONES SOCIALES

Tabla 37 Prestaciones sociales

	<b>SALUD</b>	<b>PENSIÓN</b>	<b>ARL</b>	
<b>PATRONALES</b>	373.854	527.794	22.959	
	<b>SENA</b>	<b>ICBF</b>	<b>CAJA COMPENSACIÓN</b>	
<b>PARAFISCALES</b>	87.966	\$ 131.948	175.931	
	<b>PRIMA</b>	<b>CESANTÍAS</b>	<b>INT. CESANTÍAS</b>	<b>VACACIONES</b>
<b>CESANTÍAS</b>	365.057	366.377	43.965	183.408

<b>TOTAL MES</b>	6.677.539
<b>TOTAL AÑO</b>	80.130.469

Fuente: Elaboración Propia



### 3.6.4. INGRESOS PRIMER AÑO

Tabla 38 Ingresos primer año

PRIMER AÑO					
TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD AÑO	HORAS C/U	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR IMPLEMENTACIÓN AÑO
CHARLAS	20	8	2.500.000	50.000.000	50.000.000
PLAN ESTRATÉGICO	12	224	5.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
<b>TOTAL AÑO</b>					<b>110.000.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.5. INGRESOS SEGUNDO AÑO EN ADELANTE

Tabla 39 Ingresos segundo año en adelante

SEGUNDO AÑO					
TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD AÑO	HORAS C/U	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR IMPLEMENTACIÓN AÑO
CHARLAS	24	8	2.500.000	60.000.000	60.000.000
PLAN ESTRATÉGICO	13	224	5.000.000	65.000.000	65.000.000
<b>TOTAL AÑO</b>					<b>125.000.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.6 INGRESOS Y COSTOS PROYECTADOS

Los costos e ingresos se proyectan para 5 años, de acuerdo a la inflación esperada de 3,8%.

#### PROYECCIÓN DE COSTOS

Tabla 40 Proyección de costos

PROYECCIÓN COSTOS PARA 5 AÑOS					
AÑO	1	2	3	4	5
<b>TOTAL CAPACIDAD</b>	90.330.469	85.341.627	88.584.608	91.950.824	95.444.955

Fuente: Elaboración Propia

#### PROYECCIÓN DE INGRESOS

Tabla 41 Proyección de ingresos

PROYECCIÓN INGRESOS PARA 5 AÑOS					
AÑO	1	2	3	4	5
<b>TOTAL CAPACIDAD</b>	110.000.000	125.000.000	130.000.000	135.000.000	140.000.000

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.7 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se realiza el balance general inicial, balance general proyectado y estado de resultados proyectado los cuales son necesarios para analizar la factibilidad del proyecto

#### BALANCE GENERAL INICIAL

Tabla 42 Balance general inicial

<b>BALANCE INICIAL</b>	
<b>BANCOS</b>	10.878.600
<b>CAJA</b>	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	10.878.600
<b>Activos Diferidos</b>	471.400
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	6.650.000
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	1.200.000
<b>INTANGIBLES</b>	800.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	9.121.400
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>20.000.000</b>
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS CP</b>	1.615.382
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTE</b>	1.615.382
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS LP</b>	13.384.618
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	13.384.618
<b>TOTAL PASIVO</b>	15.000.000
<b>CAPITAL</b>	1.000.000
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	5.000.000
<b>TOTAL PATRIMONIO + PASIVO</b>	<b>20.000.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

## BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 43 Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
CUENTAS	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO</b>					
<b>activo corriente</b>					
caja	-	-	-	-	-
bancos	33.136.231	73.569.106	92.702.952	94.475.532	95.094.934
<b>Total activo Corriente</b>	<b>33.136.231</b>	<b>73.569.106</b>	<b>92.702.952</b>	<b>94.475.532</b>	<b>95.094.934</b>
<b>Activos fijos</b>					
Activos fijos	7.150.000	7.150.000	7.150.000	7.150.000	7.150.000
menos: Depreciación acumulada	715.000	1.500.000	2.285.000	3.070.000	3.855.000
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>6.435.000</b>	<b>5.650.000</b>	<b>4.865.000</b>	<b>4.080.000</b>	<b>3.295.000</b>
<b>Otros Activos</b>					
Diferidos	471.400	377.120	282.840	188.560	94.280
Intangibles	800.000	640.000	480.000	320.000	160.000
menos : Amortización	254.280	254.280	254.280	254.280	254.280
<b>Total otros Activos</b>	<b>1.017.120</b>	<b>762.840</b>	<b>508.560</b>	<b>254.280</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>40.588.351</b>	<b>79.981.946</b>	<b>98.076.512</b>	<b>98.809.812</b>	<b>98.389.934</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Obligaciones financieras CP</b>	1.615.382	2.122.183	2.787.985	3.662.672	4.811.778
Dividendos por pagar	-	19.669.531	39.658.373	41.415.392	43.049.176
<b>Total pasivo Corriente</b>					
<b>Obligaciones financieras LP</b>	13.384.618	11.262.435	8.474.450	4.811.778	-
<b>Total pasivo no Corriente</b>					
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>15.000.000</b>	<b>33.054.149</b>	<b>50.920.809</b>	<b>49.889.842</b>	<b>47.860.955</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital pagado	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Reserva legal	3.343.820	6.741.923	7.040.617	7.318.360	7.574.358
Utilidad del ejercicio	19.669.531	39.658.373	41.415.392	43.049.176	44.555.045
Utilidades acumuladas					
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>24.013.351</b>	<b>47.400.297</b>	<b>49.456.008</b>	<b>51.367.536</b>	<b>53.129.403</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO + PASIVO</b>	<b>39.013.351</b>	<b>80.454.446</b>	<b>100.376.817</b>	<b>101.257.378</b>	<b>100.990.358</b>

Fuente: Elaboración Propia

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 44 Estado de Resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DE ACUERDO A RECURSOS					
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	110.000.000	125.000.000	130.000.000	135.000.000	140.000.000
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>	90.330.469	85.341.627	88.584.608	91.950.824	95.444.955
<b>UTILIDAD BRUTA DE VENTAS</b>	19.669.531	39.658.373	41.415.392	43.049.176	44.555.045
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	3.229.185	3.455.228	3.697.094	3.955.890	4.232.803
<b>UTILIDAD DE LA OPERACIÓN</b>	16.440.346	36.203.145	37.718.298	39.093.286	40.322.242
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	3.945.710	3.438.909	2.773.107	1.898.419	749.313
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	12.494.637	32.764.237	34.945.191	37.194.867	39.572.929
<b>IMP. RENTA 34%</b>	4.248.176	11.139.841	11.881.365	12.646.255	13.454.796
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>8.246.460</b>	<b>21.624.396</b>	<b>23.063.826</b>	<b>24.548.612</b>	<b>26.118.133</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 3.6.8. FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN

Tabla 45 Flujo de caja con financiación

FLUJO CON FINANCIACIÓN						
AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		110.000.000	125.000.000	130.000.000	135.000.000	140.000.000
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		90.330.469	85.341.627	88.584.608	91.950.824	95.444.955
<b>INTERÉS DE CRÉDITO</b>		3.945.710	3.438.909	2.773.107	1.898.419	749.313
<b>DEPRECIACIÓN/AMORTIZACIÓN</b>		969.280	969.280	969.280	969.280	969.280
<b>GANANCIAS GRAVABLES</b>		18.700.251	38.689.093	40.446.112	42.079.896	43.585.765
<b>IMPUESTOS DIRECTOS</b>		4.675.063	9.672.273	10.111.528	10.519.974	10.896.441
<b>VALOR DE SALVAMENTO GRAVABLE DE ACTIVOS</b>		-	-	-	-	-
<b>IMPUESTOS DE LA UTILIDAD VTA. DE ACTIVOS</b>		-	-	-	-	-
<b>VALOR EN LIBROS DE ACTIVOS VENDIDOS</b>		-	-	-	-	-
<b>GANANCIAS NETAS</b>		14.025.188	29.016.820	30.334.584	31.559.922	32.689.324
<b>DEPRECIACIÓN</b>		969.280	969.280	969.280	969.280	969.280
<b>VALOR DE SALVAMENTO ACTIVOS NO VENDIDOS</b>		-	-	-	-	-
<b>COSTOS DE INVERSIÓN</b>	9.121.400	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITOS RECIBIDOS</b>	15.000.000	-	-	-	-	-
<b>AMORTIZACIÓN DE CRÉDITOS Y PRESTAMOS</b>		5.561.091	5.561.091	5.561.091	5.561.091	5.561.091
<b>FLUJO DE FONDOS NETO</b>	5.878.600	9.433.377	24.425.009	25.742.772	26.968.111	28.097.512

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.9. VALOR ACTUAL NETO, TASA INTERNA DE RETORNO Y TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD

#### FLUJO DE INGRESOS, EGRESOS Y EFECTIVO NETO

Tabla 46 valor presente neto y tasa interna de retorno y tasa interna de oportunidad

FLUJO DE EGRESOS		FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EFECTIVO NETO	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	97.807.830	1	110.000.000	1	12.192.170
2	99.936.695	2	125.000.000	2	25.063.305
3	104.163.067	3	130.000.000	3	25.836.933
4	108.552.969	4	135.000.000	4	26.447.031
5	113.132.554	5	140.000.000	5	26.867.446
<b>TOTAL</b>	<b>523.593.115</b>	<b>TOTAL</b>	<b>640.000.000</b>	<b>TOTAL</b>	<b>116.406.885</b>

VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO			
<b>VAN</b>	<b>60.020.594</b>	<b>&gt;</b>	<b>0</b>
<b>TIR</b>	<b>91%</b>	<b>&gt;</b>	<b>10,73%</b>
<b>TIO</b>	<b>10,73%</b>		

Fuente: Elaboración Propia

Como el Valor Actual Neto del proyecto es mucho mayor que cero, se recomienda la ejecución del mismo, en vista de que va a generar un aumento patrimonial al aporte de los socios

Al encontrar que la Tasa Interna de Retorno (91%) es mayor que la Tasa Interna de Oportunidad (10,73%) significa que el proyecto es rentable y por ello se recomienda su ejecución y puesta en marcha, ya que los beneficios y utilidades que arroja el proyecto son mayores a los costos de inversión.

### 3.6.10 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 47 Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN						
AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO DE FONDOS NETO</b>	5.878.600	9.433.377	24.425.009	25.742.772	26.968.111	28.097.512

Fuente: Elaboración Propia

## **3.7 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS**

### **3.7.1 IMPACTO AMBIENTAL**

El impacto ambiental, visto como una necesidad actual para la conservación y sostenibilidad del medio ambiente, es una de las principales apuestas de la empresa, dado que el tema de RSE, abarca las prácticas socialmente responsables de las empresas y su sincronía con cada uno de los miembros, como gestor social.

Entre las prácticas socialmente responsables que se van a tener en cuenta durante las charlas y asesorías están: el uso adecuado de la electricidad y los aparatos tecnológicos dentro de la empresa, la implementación gradual de energía sostenible, el manejo de recursos (dependiendo el área o sector al cual se inscriba de la empresa) y el manejo de residuos, entre otros.

De esta manera, se quiere, tanto con los servicios que brinda la empresa como con la actualización de conocimientos en torno al tema de responsabilidad social y sostenibilidad, tener un impacto positivo en el medio ambiente local y mundial, aportando a la reconstrucción de un ambiente sano mediante la concientización en las empresas.

### **3.7.2 IMPACTO SOCIAL**

Esta empresa contribuirá no solo de manera individual, sino social a la ciudad de Popayán, por dos razones. La primera ayudará a que las pymes tengan un aumento de productividad, competitividad y la economía se incremente, con organizaciones sólidas y con posibilidad de expandir mercados. La segunda porque está contribuyendo con la mitigación de contaminación a nivel local, el

hecho de que las organizaciones y personas interesadas, cambien su manera de producir y de comportarse cotidianamente, creará una conciencia de responsabilidad social, cambiando prácticas y comportamientos en beneficio del medio ambiente.

### **3.7.3 IMPACTO ECONÓMICO**

Esta organización tendrá un impacto económico a nivel local, pues está contribuyendo a que las pymes crezcan y eso garantiza una fuente de empleo más para la ciudad, a la vez que se aumenta la actividad comercial con la apertura de nuevos clientes y una manera más atractiva para vender. Así mismo, crear empresa, significa una nueva fuente de empleo, y mejorar la calidad de trabajadores y aumentar su poder adquisitivo.

### **3.7.4 IMPACTO TECNOLÓGICO**

El impacto tecnológico de la empresa tiene un carácter positivo, dado que la tecnología actual permite que se puedan adquirir los insumos necesarios para trabajar.

En el tema de RSE, la tecnología será una aliada para las organizaciones que requieran implementar prácticas responsables en torno al cambio de maquinaria, equipos o insumos dentro de su empresa, por unos que contribuyan a la conservación del medio ambiente, ahorro de energía y optimización en los procesos, de tal manera, que sean los adecuados para que cada organización continúe generando sus procesos productivos pero de una manera amigable socialmente y con mayor eficiencia.



## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

Los datos obtenidos de la investigación en los respectivos estudios cualitativo y cuantitativo, son la base para conocer la situación actual del mercado local, respecto a las pyme y el tema de RSE y su implementación dentro de las organizaciones, como foco principal. El siguiente análisis permite conocer las ventajas y desventajas que existen interna y externamente, en el estudio de factibilidad realizado para la creación de una empresa con el portafolio de servicios ya mencionado.

### **4.1 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN**

El análisis de la información obtenida en la investigación para el Estudio de Factibilidad se presenta a continuación.

### **4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS**

Aplicando las diferentes técnicas de recolección, entrevista y encuesta, realizada a empresarios de las pequeñas y medianas empresas de Popayán, es claro que existe un mercado potencial dentro de la ciudad para una empresa como la que se plantea en la investigación, la cual tiene un portafolio empresarial de asesorías y servicios de RSE interna y externa para las empresas locales, de tal manera que este tema innovador tiene un escenario favorable para su operación y captación del mercado, lo cual involucra el desarrollo de planes estratégicos de RSE y las asesorías a corto y largo plazo.

Con las encuestas se identificó que el índice de respuesta positiva, aunque en la mayoría de las pyme de la ciudad no tienen un plan estratégico de RSE, el 77%,

si ven la necesidad de implementarlo en la actualidad, dado que este tipo de plan contribuye al mejoramiento y crecimiento de las organizaciones, tanto interno como externo.

Lo anterior se hace visible gracias al contexto ambiental y sociocultural por el que está atravesando Colombia y el mundo entero, donde se hace necesario la implementación de estrategias que contribuyan al buen uso de materia prima, a la ejecución de políticas ambientales como el reciclaje, materiales biodegradables, entre otros. También a ejecutar estrategias internas como los incentivos a los trabajadores y las ayudas a poblaciones vulnerables de la ciudad. Dado que todo este conglomerado de iniciativas contribuyen a que las empresas locales, aún cuando tienen acciones productivas, tengan también conciencia en el tema de sostenibilidad ambiental y lo relaciones con la imagen de la empresa y su posición en el mercado.

Existe en la ciudad un porcentaje de empresarios que no desean implementar este tipo de estrategias y no visualizan en ella la necesidad latente para que sus empresas crezcan y se consoliden a largo plazo. Este grupo, no sólo desconoce del tema y la normatividad que rige la RSE en Colombia, tampoco está dispuesto a distribuir algún tipo de recursos suficientes para los servicios que brinda la empresa. Este número no tiene mayor afectación dentro del mercado potencial de la organización, dado que se puede ir sumando a las estrategias que propone por la necesidad actual de las mismas para competir y mantenerse empresarialmente.

Los servicios que brinda la empresa estudiada están direccionados a un desarrollo estratégico y gradual, con el cual las empresas pueden involucrarse en el tema de RSE acorde a las necesidades de su propio contexto, de tal manera que el plan contribuya significativamente con el pasar del tiempo y su posterior evaluación, al cumplimiento de los objetivos empresariales. Es así como con la encuestas también se visualizó las preferencias en los servicios por parte de los posibles usuarios, donde un 32% prefiere iniciar con asesorías encontrar la necesidad de

que la RSE sea implementada dentro de su organización, un 26% desea conocer sobre la aplicación de un plan estratégico de RSE como mecanismo innovador, un 23% prefiere recibir charlas de sensibilización como un método que ha prevalecido por encima de otros recursos y del que tienen mayor conocimiento; y un 19% Final se interesa por los talleres combinando la teoría y la práctica.

### **Beneficios intangibles que se obtiene con la implementación de políticas de RSE**

- Aumenta el valor de la marca en el mercado, inspirando mayor confianza pública.
- Se diferencia de la competencia, porque promueve la cultura de compromiso social para el desarrollo de las comunidades.
- Capta el creciente sector de clientes que buscan consumir productos de empresas que cumplen con la RSE.
- Mayor fidelidad de clientes.
- Aumenta la lealtad y el compromiso del personal, que aporta más a la empresa por pertenecer a un equipo que se preocupa por las relaciones laborales, sociales y ambientales.
- Mayor productividad, consecuencia del buen clima laboral que se maneja.

## **4.3 ANÁLISIS INTERNO**

### **Las debilidades para la nueva empresa son:**

- Capital inicial limitado: es un factor clave puesto que el proyecto se inicia desde cero, por lo cual hay que cubrir más gastos e invertir más capital. Sin embargo, con el crédito inicial se suplen las necesidades primordiales.
- No contar con una alta capacidad crediticia: no tener otras fuentes de financiación pueden ser un factor negativo, porque no existen otras alternativas inmediatas que puedan solventar el problema.

- Debilidad para cubrir la demanda: como se pudo observar en las encuestas más del 50% de las pymes, accederían a implementar un plan de RSE, por lo cual, al iniciar con la empresa la capacidad no sería la suficiente a la hora de cubrir al mismo tiempo a estas pymes.
- Falta de información de las organizaciones RSE: cuando existen vacíos conceptuales, surge un problema, puesto que las personas tienden a generalizar o a crear significados que no tienen relación con el tema.
- Capital cognitivo limitado: Se trabajaría con personal idóneo para desarrollar las actividades, pero con el estrictamente necesario y en donde podrían suplir otras labores por la inexistencia de otros cargos.

## **Fortalezas**

- No existen empresas que brinden este servicio: No existiría una competencia directa a nivel local, lo que generaría una ganancia, además que esto es visto dentro de las organizaciones como una inversión más no como un gasto.
- Personal altamente capacitado: Los trabajadores son profesionales, con experiencia en el cargo y los cuales agilizaran los procesos, pero siempre brindado bienestar al cliente.
- Tecnología adecuada: los equipos serán de alta calidad, no sólo para optimizar procesos sino para contribuir con el medio ambiente.
- Pocos costos de inversión inicial: al iniciar cualquier proyecto se requiere de un buen capital, sin embargo, este se financia con un capital relativamente bajo, pero que tendrá una rentabilidad alta.

- Servicio personalizado e integral: este será un plus, puesto que no se van a generalizar ni los problemas, ni las soluciones, sino que va a ser un trabajo individual, respetando los procesos de cada empresa y evaluando sus resultados sin comparaciones.
- Los servicios prestados combinan la teoría con la práctica: algunas organizaciones quizá han fallado puesto que sus servicios se radica netamente en la teoría, dejando muchas veces al usuario con muchas dudas. En esta empresa no se desconoce la importancia de la teoría y de la práctica, por esa razón los servicios combinarán los dos componentes con el fin de que exista concientización y se generen buenos resultados.

#### **4.4 ANÁLISIS EXTERNO**

##### **Oportunidades**

- Demanda insatisfecha: hay un sector que requiere un servicio y que sin pensarlo mucho, lo aplicarían dentro de sus organizaciones, como una inversión que generará grandes dividendos a mediano plazo.
- La importancia de RSE en las organizaciones: este tema cada vez toma más fuerza, y existen normas que exigen a las organizaciones cambiar sus modos de producir y que generen beneficios sociales. No es que exista un auge del tema, sino que es un compromiso que se debe adquirir por el bienestar colectivo.
- Aceptación por la mayoría de las pymes encuestadas: el público encuestado favoreció la empresa, en la medida que solo un 20% no implementaría un plan de RSE, hay un porcentaje alto que accedería fácilmente a estos servicios.

## **Amenazas**

- Desinterés en el tema de RSE: que la falta de conocimiento sobre el tema se posiciona como un factor negativo y las organizaciones obvian los beneficios no solo internos sino externos que la organización recibe.
- No es obligatorio para las empresas la RSE: Al no ser obligatorio algunas empresas optarán por no implementarlo ni considerarlo como algo que requiere la empresa para surgir.
- Poco compromiso de entes gubernamentales: la falta de un apoyo desde lo institucional, como compromiso de un país que vela por el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental, frena un poco el impacto de la empresa.

### **En cuanto al estudio financiero, los indicadores financieros del estudio de factibilidad arrojaron que:**

1. Inicialmente el costo de inversión del proyecto es de 17'350.000, valor que se cubre solicitando un crédito personal a través de un banco, por valor de 15'000.000 y un aporte de socios equivalente a 5'000.000, para completar el total de la inversión; y el excedente para el manejo de flujo de caja y poder cubrir cualquier eventualidad.
2. La empresa está en capacidad de cubrir dichas obligaciones financieras a corto plazo dado que sus ingresos son mucho mayor a los costos de inversión.

3. Se determina que, con los índices financieros a largo plazo, la empresa de asesorías en RSE para pymes de ciudad de Popayán, es viable y rentable generando utilidades para los asociados

En cuanto al estudio técnico inicialmente se determinó que la empresa de "Popayán responsable" estará ubicada en un lugar estratégico la "esmeralda" donde se tiene en cuenta el alto flujo de personas, facilidad de acceso, adecuadas instalaciones para los clientes y colaboradores.

## **CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 CONCLUSIONES**

- En el estudio de mercado realizado a través de los sistemas de recolección de datos, se evidencia el estado actual de la demanda del servicio, siendo mucho mayor que la oferta, mostrando que el 80% de las empresas están dispuestas a adquirir el servicio de asesorías en RSE, convirtiéndose en una oportunidad para entrar en el mercado.
- El estudio de factibilidad determinó que si es viable crear esta empresa puesto que, el aspecto financiero y de mercado es favorecedor y porque existe una necesidad, que según los encuestados, debe ser cubierta por una organización emprendedora, innovadora y con maneras distintas de prestar un servicio.
- Los servicios brindados por la empresa son catalogados como novedosos y necesarios en el contexto actual, lo anterior, porque permite un mejor posicionamiento en el mercado de las empresas, de igual forma que está direccionados a contribuir al desarrollo sostenible con impacto social positivo.
- El diseño del portafolio de servicios fue aprobado por el público objetivo, puesto que cada uno de ellos, fue pensado para satisfacer una necesidad diferente, pero entre todos son un complemento. Lo anterior, con el fin de brindar asesorías personalizadas, distinguiendo la necesidad de cada cliente.
- Actualmente existe desinformación por parte de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Popayán en torno al tema de RSE, dado que la ley no exige su implementación. Sin embargo, hay una necesidad latente



por parte de las pymes para implementar los servicios de asesorías en RSE y diseñar planes que se adhieran a las necesidades empresariales locales.

- Las oportunidades tanto internas y externas son mayores a las dificultades o amenazas que existen, por lo que son situaciones que se pueden disminuir pasando el tiempo, y en la medida en que la empresa vaya alcanzado sus objetivos y vaya teniendo un mayor impacto local.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Para la realización de un estudio de factibilidad como el desarrollado en el presente proyecto, es necesario indagar sobre la necesidad y pertinencia de los servicios que ofrecerá la organización, así como las opciones de mercado que existen actualmente para la consolidación de una empresa. Lo anterior dado que, aunque hay un alto índice de creación de empresas, también hay un porcentaje de cancelación de las mismas, con un tiempo de vida útil corto, que puede estar directamente relacionado con las exigencias del mercado, la estructura interna y externa de la organización y su proyección. Por lo cual, el tema de RSE como una estrategia, aporta a que las empresas locales que desarrollan e implementan planes de RSE, tengan un “plus” frente a las demás.
- La Responsabilidad Social Empresarial aunque no es una obligación para las empresas, es un tema que puede ser considerado indispensable a la producción y funcionamiento de las organizaciones. Su implementación en un Plan Estratégico tiene la finalidad de convertirse en un soporte que le permite un buen desarrollo a nivel interno y una mejor relación con el entorno, siendo estos dos aspectos fundamentales para las organizaciones locales que quieren crecer y competir en grandes mercados. Es por esa razón, que tanto entes gubernamentales y el sector empresarial, deben crear alianzas para generar estrategias con el fin de proporcionar la importancia que requiere el tema.
- Actualmente, Popayán como una ciudad en crecimiento y constante cambio, el sector empresarial continua creciendo y convirtiéndose en un factor relevante para el sostenimiento y progreso de la ciudad; es por ello que el entorno en el cual deben desenvolverse las pequeñas y medianas empresas –Pymes- locales, está encaminado a consolidar una economía sostenible que, en conjunto con la RSE, las edifique como empresas solidas ante un momento de crisis.

## BIBLIOGRAFÍA

- Congreso de la República . (2010). *LEY 70 DE 2010 SÉNADO*. Obtenido de [http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar\\_documento?p\\_tipo=05&p\\_numero=70&p\\_consec=26348](http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348)
- Alelú Hernández, Marta; Cantín García, Sandra; López Abejón, Nuria; Rodríguez Zazo, Marina. (s.f.). *Estudio de Encuestas*. Obtenido de Universidad Autonoma de Madrid : [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Argandoña, A. (2012). OTRA DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. *Business School Universidad de Navarra* .
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* . Pearson. Tercera edición. .
- Concepto de Definición. (2014). *Definición de Método Cuantitativo*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/metodo-cuantitativo/>
- Congreso de la República . (10 de Julio de 2000 ). *Ley N° 590* . Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- CONTRERAS BUITRAGO, M. E. (1999). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: Unisur.
- Contreras, M. E. (1999). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota : Unisur .
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE . (13 de Junio de 2017). *COMUNICADO DE PRENSA. INFORMES ESPECIALES MERCADO LABORAL. TRIMESTRE MÓVIL FEBRERO – ABRIL 2017*. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/comunicados\\_de\\_prensa/Cp\\_GEIH\\_feb17\\_abr17.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/comunicados_de_prensa/Cp_GEIH_feb17_abr17.pdf)
- Domingo Ajenjo, A. (2005). *Dirección y Gestión de Proyectos "Un enfoque Practico"*. Mexico: Alfaomega S.A.
- García, A. A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al. *Revista Futuros , Volumen V*.
- Gómez Y, M. (2010). a gestión y la información sobre la responsabilidad social empresarial de las Pymes: la necesidad de diferenciación. *Contaduría Universidad de Antioquia , No. 56*.
- GRUPO ALBE CONSULTORIA. (s.f.). *Definición de Estrategia Empresarial y conceptos relacionados*. Obtenido de

- <http://www.grupoalbe.com/productos-de-consultoria/planeacion-estrategica/definicion-de-estrategia-empresarial-y-conceptos-relacionados/>
- ISO 9001. (s.f.). *ISO 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Obtenido de <http://iso9001calidad.com/definicion-de-terminos-586.html>
  - NIETO, Víctor Manuel; TIMOTÉ, Jennifer Andrea; SÁNCHEZ, Andrés Felipe; VILLARREAL, Sebastián. . (3 de Agosto de 2015). *La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/434.pdf>
  - Norma Internacional ISO 26000 . (2010). *ISO 26000 Responsabilidad Social* . Obtenido de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
  - Porto, Julián Pérez; Gardey, Ana . (2009). *Definición de economía de mercado*. Obtenido de <https://definicion.de/economia-de-mercado/>
  - Vergara, María Paula; Vicaría, Laura. (Enero de 2009). “*SER O APARENTAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial*”. Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis250.pdf>
  - Ley N° 590, d. 2. (2000). *Alcaldía de Bogotá*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672> Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas. (s.f.). *El Marketing de Servicios Profesionales*. 2004: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
  - Cordoba Largo, A. (2007). *El Corazón de las Empresas: Responsabilidad Social Corporativa y conciliación de la vida profesional y personal*. ESIC Editorial.

**ANEXO 1.  
MODELO DE ENCUESTA**

**ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

La presente encuesta forma parte de un proyecto sobre UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN promovido por estudiantes de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, la información será tratada de forma CONFIDENCIAL siendo de gran valor para la investigación.

Marque con x la respuesta que considere:

**1. ¿Conoce que es responsabilidad social empresarial?**

Si \_\_\_ (Si responde Si, siga con el cuestionario)

No \_\_\_ (Si responde No, continúe con la pregunta No.5)

**2. ¿Conoce sobre la norma de Responsabilidad Social Empresarial (ISO 26000)?**

Si \_\_\_

No \_\_\_

**3. ¿Conoce en qué consiste un plan estratégico de responsabilidad social empresarial para las organizaciones?**

Si \_\_\_

No \_\_\_

**4. ¿Ha implementado anteriormente alguna estrategia de responsabilidad social empresarial?**

Si \_\_\_

No \_\_\_

**5. ¿Actualmente realiza acciones encaminadas al desarrollo sostenible y protección del medio ambiente, bienestar de sus trabajadores o ayuda a la comunidad?**

Si \_\_\_ Cuáles? \_\_\_\_\_

No \_\_\_ por qué? \_\_\_\_\_

**6. ¿Dentro de la empresa ve la necesidad de implementar un plan de responsabilidad social empresarial?**

Si \_\_\_

No \_\_\_

**7. ¿Cree usted que con un plan de responsabilidad social empresarial aumentaría la competitividad de su empresa?**

A. Mucho

B. No mucho

C. Poco

D. Nada Por que \_\_\_\_\_

**8. ¿Conoce usted alguna empresa local que brinde asesorías de responsabilidad social empresarial?**

Si\_\_\_ Cual\_\_\_\_\_

No\_\_\_ (Si responde No, continúe con la pregunta No.10)

**9. ¿Qué servicios conoce? Puede marcar más de una respuesta**

- A. Asesorías sobre RSE
- B. Talleres en RSE
- C. Implementación y diseño de un plan de RSE.
- D. Charlas de sensibilización
- E. Ninguno

**10. ¿Qué servicios de RSE quisiera conocer?**

- A. Asesorías sobre RSE
- B. Talleres en RSE
- C. Implementación y diseño de un plan de RSE.
- D. Charlas de sensibilización
- E. Ninguno

**11. Estaría dispuesto a contratar servicios de responsabilidad social empresarial para su organización?**

Si\_\_\_

No\_\_\_ (Si responde No, termina la encuesta)

**12. En qué sector desearía implementar un plan de RSE?**

- a. Componente ambiental
- b. Clima organizacional
- c. En la sociedad
- d. Todas las anteriores
- e. Ninguna de las anteriores

**13. cuanto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asesoría en responsabilidad social empresarial para su organización**

- a. 1 a 3 millones ( Paquete sencillo)
- b. 3 a 5 millones ( paquete mediano)
- c. 5 a 10 millones (Paquete completo)
- d. Nada

**14. Cuanto tiempo estaría dispuesto a destinar para implementar el proceso de un plan de Responsabilidad Social Empresarial?**

- A. 1 mes
- B. 3 meses
- C. 6 meses
- D. 1 año

*Gracias por su tiempo*

**ANEXO 2.**  
**MODELO DE ENTREVISTA**

1. ¿Cuánto tiempo lleva implementando en su empresa políticas de Responsabilidad Social Empresarial?
2. ¿Considera que estas acciones son importantes? Y si no ¿porque no?
3. ¿Cuál es la evolución que ha experimentado a través del tiempo con las políticas de RSE?
4. ¿Qué beneficios ha traído para su empresa la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial?
5. ¿Cuáles son las principales barreras y retos que deben afrontar las empresas a la hora de ser respetuosas con el medio ambiente, velar por el bienestar de sus trabajadores y ayudar a la comunidad en el ámbito de la RSE?
6. ¿Cuál cree usted que son los aspectos más importantes a la hora de poner en marcha un plan de RSE?
7. ¿La empresa cuenta con un código de ética que deba ser seguido desde la punta hasta los niveles más básicos del organigrama?
8. ¿Las políticas de RSE han abierto nuevos mercados y oportunidades para su empresa?
9. ¿Cómo es la percepción de la comunidad y del entorno acerca de su empresa?
10. ¿Considera que la RSE fortalece los vínculos de la empresa con sus trabajadores, con la comunidad, entre otras?

**ANEXO 3  
TRABAJO DE CAMPO**





## ANEXO 4. ARTICULO

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN

Cristhian Camilo Piamba Carvajal, Fabián Andrés Agredo Guasca  
Facultad De Ciencias Administrativas Contables y Económicas  
Corporación Universitaria Autónoma Del Cauca

---

**RESUMEN:** El estudio de factibilidad para la creación de una empresa con servicios en Responsabilidad Social Empresarial RSE en la ciudad de Popayán, tiene como interés principal, desarrollar una estrategia de mercado para las pequeñas y medianas empresas –pymes- de la ciudad, en la cual se alterne las necesidades internas de las organizaciones junto con las necesidades ambientales y sociales del contexto local y nacional, lo cual traerá consigo un beneficio a corto y largo plazo para el sector empresarial de la ciudad como la competitividad, la confianza y la proyección, a la par que aporta al desarrollo sostenible que requiere el país.

Por lo anterior, se desarrolla una propuesta que inicia con un diagnóstico situacional, dentro del cual se hace uso de diversas

herramientas de recolección de datos como la encuesta y la entrevista, las cuales permiten establecer la problemática del entorno con la percepción de los diferentes empresarios locales frente al tema de RSE y la posible empresa.

El proyecto compuesto por la investigación, el trabajo de campo y el análisis contextual, estructural y de datos, permite la interpretación de resultados, visibilizando el impacto social, ambiental, económico y tecnológico que abarca el desarrollo del proyecto, para posteriormente resumirse en una serie de conclusiones y recomendaciones que aportaran a la ejecución del proyecto de investigación.

**PALABRAS CLAVES:**

Estudio de factibilidad; Responsabilidad Social Empresarial – RSE-; Pymes; Estudio financiero; Estudio técnico; Estudio de mercado; Impacto; Sostenibilidad ambiental; Competitividad. Plan estratégico de RSE.

**ABSTRACT:**

The feasibility study for the creation of a company with services in Corporate Social Responsibility CSR in the city of Popayán, has as main interest, to develop a market strategy for small and medium-sized enterprises in the city, in which the internal needs of the organizations are combined with the environmental and social needs of the local and national context, which will bring a short and long term benefit to the city's business sector, such as competitiveness, confidence and projection, while contributing to the sustainable development required by the country.

Due to the above, a proposal is developed that begins with a situational diagnosis, within which various data collection tools such as the survey and the interview are used, which allow to establish the

problematic of the environment with the perception of the different local entrepreneurs in front of the subject of CSR and the possible company.

The project consisting of research, fieldwork and contextual, structural and data analysis, allows the interpretation of results, making visible the social, environmental, economic and technological impact of the development of the project, to be summarized in a series of conclusions and recommendations that will contribute to the execution of the research project.

**KEYWORDS:**

Feasibility study; Corporate social responsibility -CSR- ;Pymes; Financial study; Technical study; Market study; Impact; Environmental sustainability; Competitiveness; CSR strategic plan.

**1. INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto de grado tiene como finalidad elaborar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS

EMPRESAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN”, dada la necesidad actual de implementar este tipo de políticas a nivel local y nacional, como una herramienta de desarrollo empresarial que permite mayor competitividad en el sector en el cual están inscritas.

La importancia del tema y del estudio radica en que hoy en día, debido al impacto tecnológico y a los múltiples procesos con los cuales se fabrican bienes, han generado un deterioro no solo ambiental sino que ha influido en el comportamiento de la sociedad. Es de resaltar, que a partir del conocimiento y posteriormente la concientización es que se pueden generar grandes cambios. También se adjunta la importancia que la Responsabilidad Social Empresarial tiene a nivel mundial. Los estándares de calidad y la manera de comercializar y competir en el mercado van cambiando y marcando nuevos paradigmas.

La Responsabilidad Social Empresarial, no es solo un plan, o una política más, es la manera cómo el comercio junto con acciones más elaboradas y consientes, puede transformar no solo la economía del

país sino que puede generar cambios en otros sectores como el sector ambiental o educativo.

El trabajo se desarrolla en cinco capítulos que desglosan la pertinencia del estudio. Se inicia con un diagnóstico situacional, donde se obtiene información relevante e indispensable para su posterior análisis, mediante la aplicación de encuestas. Las encuestas nos permiten establecer y aclarar la problemática del entorno payanés frente a estas estrategias empresariales, las necesidades de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad frente al tema de Responsabilidad Social.

Del mismo modo, las bases teóricas sustentan el análisis de la información bibliográfica que se ha realizado durante un tiempo extenso, la cual determina, en relación con el estudio de mercado, la viabilidad del proyecto.

Hoy en día, existen muchas empresas que desconocen o no se ocupan de implementar esta política,

dejando a la organización incompleta. Esta investigación se realizará en la ciudad de Popayán, estudiando el mercado y conociendo si algunas de las 480 pymes, que se han registrado a lo largo de los últimos años, incluyen dentro de su ambiente laboral y su plan de acción, la Responsabilidad Social Empresarial - RSE- como una medida regulatoria.

## **2. METODOLOGÍA**

Para el estudio de factibilidad, se utilizó el tipo de estudio descriptivo, mediante el cual se obtienen los insumos necesarios y suficientes para desarrollar los objetivos del proyecto. Este tipo de investigación permite una aproximación al contexto para determinar la necesidad de la población payanés y de esa manera, poder construir la idea de negocio que cumpla con todos los requerimientos.

La investigación descriptiva, en la cual se identifican las características del objeto de estudio, es de vital importancia para el estudio de factibilidad de creación de empresa, dado que reúne las herramientas

necesarias de recolección de información, mediante las cuales se logran identificar los aspectos relevantes e indispensables para el posterior análisis.

En el capítulo 7 del libro Metodología de la Investigación de Cesar A. Bernal, se encuentran los diversos tipos de investigación necesaria para un proyecto, donde se afirma que la investigación descriptiva: “se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental”(Bernal, 2010, pág. 113), lo cual es indispensable para el proyecto en cuestión, permitiendo conocer detenidamente las empresas que formarán el corpus del trabajo y relacionándolo con las variables que arroja el estudio.

De igual manera, se usaron canales de información, tanto teóricos como prácticos, trabajando con fuentes primarias y secundarias. Los canales más valiosos son las entrevistas y diálogos con los trabajadores de las empresas seleccionadas para esta investigación, mediante los cuales se

obtiene la información y datos necesarios para el posterior análisis.

### **ESTUDIO FINANCIERO, DE MERCADO Y TÉCNICO.**

Con el estudio de mercado que se desarrolló para el proyecto, se logra plantear las estrategias internas y externas que debe construir la empresa para convertirse en una alternativa factible en la ciudad, de tal manera que se segmente el mercado para captar la población objetiva y potencial, determinando la demanda actual de la ciudad en lo referente a los servicios que brinda la empresa. Las bases teóricas del estudio sustentan el posterior análisis de la información bibliográfica, la cual se obtuvo de libros, normas y artículos web que avalan la información requerida para el desarrollo de dicho análisis.

Por su parte, el estudio técnico se determina la ubicación, estructura física y tecnológica de la empresa, la organización interna y su sector administrativo, lo cual determina la creación de la empresa en relación con el capital, organización

estructural y descripción de funciones. El último estudio, el estudio financiero se indispensable para un proyecto como el presente dado que fue mediante este, que se detalla la inversión inicial necesaria en el proyecto, así como presupuesto de ingresos, egresos, flujo de caja, gastos y ganancias, incluyendo el financiamiento que se obtendrá mediante el préstamo bancario; además de determinar el periodo de recuperación del capital inicial.

### **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Aplicando las diferentes técnicas de recolección, entrevista y encuesta, realizada a empresarios de las pequeñas y medianas empresas de Popayán, es claro que existe un mercado potencial dentro de la ciudad para una empresa como la que se plantea en la investigación, la cual tiene un portafolio empresarial de asesorías y servicios de RSE interna y externa para las empresas locales, de tal manera que este tema innovador tiene un escenario favorable para su operación y captación del mercado, lo cual involucra el desarrollo de planes

estratégicos de RSE y las asesorías a corto y largo plazo.

Con las encuestas se identificó que el índice de respuesta positiva, aunque en la mayoría de las pyme de la ciudad no tienen un plan estratégico de RSE, el 77%, si ven la necesidad de implementarlo en la actualidad, dado que este tipo de plan contribuye al mejoramiento y crecimiento de las organizaciones, tanto interno como externo.

Lo anterior se hace visible gracias al contexto ambiental y sociocultural por el que está atravesando Colombia y el mundo entero, donde se hace necesario la implementación de estrategias que contribuyan al buen uso de materia prima, a la ejecución de políticas ambientales como el reciclaje, materiales biodegradables, entre otros. También a ejecutar estrategias internas como los incentivos a los trabajadores y las ayudas a poblaciones vulnerables de la ciudad. Dado que todo este conglomerado de iniciativas contribuyen a que las empresas locales, aún cuando tienen acciones productivas, tengan también conciencia en el tema de

sostenibilidad ambiental y lo relaciones con la imagen de la empresa y su posición en el mercado. Existe en la ciudad un porcentaje de empresarios que no desean implementar este tipo de estrategias y no visualizan en ella la necesidad latente para que sus empresas crezcan y se consoliden a largo plazo. Este grupo, no sólo desconoce del tema y la normatividad que rige la RSE en Colombia, tampoco está dispuesto a distribuir algún tipo de recursos suficientes para los servicios que brinda la empresa. Este número no tiene mayor afectación dentro del mercado potencial de la organización, dado que se puede ir sumando a las estrategias que propone por la necesidad actual de las mismas para competir y mantenerse empresarialmente.

Los servicios que brinda la empresa estudiada están direccionados a un desarrollo estratégico y gradual, con el cual las empresas pueden involucrarse en el tema de RSE acorde a las necesidades de su propio contexto, de tal manera que el plan contribuya significativamente con el pasar del tiempo y su posterior

evaluación, al cumplimiento de los objetivos empresariales. Es así como con la encuestas también se visualizó las preferencias en los servicios por parte de los posibles usuarios, donde un 32% prefiere iniciar con asesorías encontrar la necesidad de que la RSE sea implementada dentro de su organización, un 26% desea conocer sobre la aplicación de un plan estratégico de RSE como mecanismo innovador, un 23% prefiere recibir charlas de sensibilización como un método que ha prevalecido por encima de otros recursos y del que tienen mayor conocimiento; y un 19% Final se interesa por los talleres combinando la teoría y la práctica.

### **Beneficios intangibles que se obtiene con la implementación de políticas de RSE**

- Aumenta el valor de la marca en el mercado, inspirando mayor confianza pública.
- Se diferencia de la competencia, porque promueve la cultura de compromiso social para el desarrollo de las comunidades.
- Capta el creciente sector de clientes que buscan consumir

productos de empresas que cumplen con la RSE.

- Mayor fidelidad de clientes.
- Aumenta la lealtad y el compromiso del personal, que aporta más a la empresa por pertenecer a un equipo que se preocupa por las relaciones laborales, sociales y ambientales.
- Mayor productividad, consecuencia del buen clima laboral que se maneja.

De igual manera se plantean los siguientes impactos que la empresa con servicios en RSE tendrá para la ciudad y las pymes:

### **IMPACTO AMBIENTAL**

El impacto ambiental, visto como una necesidad actual para la conservación y sostenibilidad del medio ambiente, es una de las principales apuestas de la empresa, dado que el tema de RSE, abarca las prácticas socialmente responsables de las empresas y su sincronía con cada uno de los miembros, como gestor social.

Entre las prácticas socialmente responsables que se van a tener en cuenta durante las charlas y asesorías están: el uso adecuado de la electricidad y los aparatos tecnológicos dentro de la empresa, la implementación gradual de energía sostenible, el manejo de recursos (dependiendo el área o sector al cual se inscriba de la empresa) y el manejo de residuos, entre otros.

De esta manera, se quiere, tanto con los servicios que brinda la empresa como con la actualización de conocimientos en torno al tema de responsabilidad social y sostenibilidad, tener un impacto positivo en el medio ambiente local y mundial, aportando a la reconstrucción de un ambiente sano mediante la concientización en las empresas.

### **IMPACTO SOCIAL**

Esta empresa contribuirá no solo de manera individual, sino social a la ciudad de Popayán, por dos razones. La primera ayudará a que las pymes tengan un aumento de productividad,

competitividad y la economía se incrementa, con organizaciones sólidas y con posibilidad de expandir mercados. La segunda porque está contribuyendo con la mitigación de contaminación a nivel local, el hecho de que las organizaciones y personas interesadas, cambien su manera de producir y de comportarse cotidianamente, creará una conciencia de responsabilidad social, cambiando prácticas y comportamientos en beneficio del medio ambiente.

### **IMPACTO ECONÓMICO**

Esta organización tendrá un impacto económico a nivel local, pues está contribuyendo a que las pymes crezcan y eso garantiza una fuente de empleo más para la ciudad, a la vez que se aumenta la actividad comercial con la apertura de nuevos clientes y una manera más atractiva para vender. Así mismo, crear empresa, significa una nueva fuente de empleo, y mejorar la calidad de trabajadores y aumentar su poder adquisitivo.



## **IMPACTO TECNOLÓGICO**

El impacto tecnológico de la empresa tiene un carácter positivo, dado que la tecnología actual permite que se puedan adquirir los insumos necesarios para trabajar.

En el tema de RSE, la tecnología será una aliada para las organizaciones que requieran implementar prácticas responsables en torno al cambio de maquinaria, equipos o insumos dentro de su empresa, por unos que contribuyan a la conservación del medio ambiente, ahorro de energía y optimización en los procesos, de tal manera, que sean los adecuados para que cada organización continúe generando sus procesos productivos pero de una manera amigable socialmente y con mayor eficiencia.

Los datos obtenidos de la investigación en los respectivos estudios cualitativo y cuantitativo, son la base para conocer la situación

actual del mercado local, respecto a las pyme y el tema de RSE y su implementación dentro de las organizaciones, como foco principal. El siguiente análisis permite conocer las ventajas y desventajas que existen interna y externamente, en el estudio de factibilidad realizado para la creación de una empresa con el portafolio de servicios ya mencionado.

## **4. CONCLUSIONES**

- Actualmente existe desinformación por parte de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Popayán en torno al tema de RSE, dado que la ley no exige su implementación. Sin embargo, hay una necesidad latente por parte de las pymes para implementar los servicios de asesorías en RSE y diseñar planes que se adhieran a las necesidades empresariales locales.
- Los servicios brindados por la empresa son catalogados

como novedosos y necesarios en el contexto actual, lo anterior, porque permite un mejor posicionamiento en el mercado de las empresas, de igual forma que está direccionados a contribuir al desarrollo sostenible con impacto social positivo.

- En el estudio de mercado realizado a través de los sistemas de recolección de datos, se evidencia el estado actual de la demanda del servicio, siendo mucho mayor que la oferta, mostrando que el 80% de las empresas están dispuestas a adquirir el servicio de asesorías en RSE, convirtiéndose en una oportunidad para entrar en el mercado.
- El estudio de factibilidad determinó que si es viable crear esta empresa puesto que, el aspecto financiero y de mercado es favorecedor y porque existe una necesidad, que según los encuestados,

debe ser cubierta por una organización emprendedora, innovadora y con maneras distintas de prestar un servicio.

- Las oportunidades tanto internas y externas son mayores a las dificultades o amenazas que existen, por lo que son situaciones que se pueden disminuir pasando el tiempo, y en la medida en que la empresa vaya alcanzado sus objetivos y vaya teniendo un mayor impacto local.

## Referencias

- Congreso de la República . (2010). *LEY 70 DE 2010 SÉNADO*. Obtenido de [http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar\\_documento?p\\_tipo=05&p\\_numero=70&p\\_consec=26348](http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348)
- Alelú Hernández, Marta; Cantín García, Sandra; López Abejón, Nuria; Rodríguez Zazo, Marina. (s.f.). *Estudio de Encuestas*. Obtenido de Universidad Autonoma de Madrid : [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Argandoña, A. (2012). *OTRA DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL*. *Business School Universidad de Navarra*.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Pearson. Tercera edición.

Concepto de Definición. (2014). *Definición de Método Cuantitativo*.

Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/metodo-cuantitativo/>

Congreso de la República . (10 de Julio de 2000 ). *Ley N° 590* . Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>

Contreras, M. E. (1999). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota : Unisur

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE . (13 de Junio de 2017). *COMUNICADO DE PRENSA. INFORMES ESPECIALES MERCADO LABORAL. TRIMESTRE MÓVIL FEBRERO – ABRIL 2017*. Obtenido de

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/comunicados\\_de\\_prensa/Cp\\_GEIH\\_feb17\\_abr17.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/comunicados_de_prensa/Cp_GEIH_feb17_abr17.pdf)

García, A. A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al. *Revista Futuros, Volumen V*.

Gómez Y, M. (2010). a gestión y la información sobre la responsabilidad social empresarial de las Pymes: la necesidad de diferenciación. *Contaduría Universidad de Antioquia, No. 56*.

GRUPO ALBE CONSULTORIA. (s.f.). *Definición de Estrategia Empresarial y conceptos relacionados*. Obtenido de <http://www.grupoalbe.com/productos-de-consultoria/planeacion->

[estrategica/definicion-de-estrategia-empresarial-y-conceptos-relacionados/ISO 9001](http://www.grupoalbe.com/productos-de-consultoria/planeacion-estrategica/definicion-de-estrategia-empresarial-y-conceptos-relacionados/ISO%209001). (s.f.). *ISO 9001 calidad*.

*Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Obtenido de <http://iso9001calidad.com/definicion-de-terminos-586.html>

NIETO, Víctor Manuel; TIMOTÉ, Jennifer Andrea; SÁNCHEZ, Andrés Felipe; VILLARREAL, Sebastián. . (3 de Agosto de 2015). *La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta*. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/434.pdf>

Norma Internacional ISO 26000 . (2010). *ISO 26000 Responsabilidad Social* .

Obtenido de [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Porto, Julián Pérez; Gardey, Ana . (2009). *Definición de economía de mercado*.

Obtenido de <https://definicion.de/economia-de-mercado/>

Vergara, Maria Paula; Vicaría, Laura. (Enero de 2009). *“SER O APARENTAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis250.pdf>

