



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
T U N J A



**FORMULACIÓN DEL MODELO DE SISTEMA B, PARA LA EMPRESA
TIERRA VIVA, BIOABONOS Y MEDIO AMBIENTE S.A.S.**

PROYECTO DE GRADO ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MARIA PAZ PICO CALVO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

SECCIONAL TUNJA

2023

**FORMULACIÓN DEL MODELO DE SISTEMA B, PARA LA EMPRESA
TIERRA VIVA, BIOABONOS Y MEDIO AMBIENTE S.A.S.**

PROYECTO DE GRADO ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MARIA PAZ PICO CALVO

DIRECTOR:

MAURICIO ALEJANDRO JARRO SISA

CO – DIRECTOR

ANYINSAM DANIEL BARRERRA MONTAÑEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

SECCIONAL TUNJA

2023

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	9
2.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
3.	HIPOTESIS.....	16
4.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
5.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
6.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
6.1	OBJETIVO GENERAL.....	23
6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
7.	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
8.	MARCO DE REFERENCIA	27
8.1	ESTADO DEL ARTE.....	27
8.2	TEORICO	28
8.3	LEGAL	31
8.4	CONCEPTUAL	35
9.	TIPO DE ESTUDIO	38
10.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	40
10.1	RECOLECCION DE DATOS MEDIANTE ENTREVISTA.....	43
10.2	ANÁLISIS DE DATOS RECOLECTADOS MEDIANTE ENCUESTA.....	44
11.	DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA TIERRA VIVA, BIOABONOS Y MEDIO AMBIENTE SAS.....	53

12. EVALUACIÓN DEL IMPACTO QUE EL SISTEMA B TENDRÍA EN LA EMPRESA.	62
13. FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS PARA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA B.....	66
14. CONCLUSIONES	71
15. RECOMENDACIONES	74
Referencias.....	76
16. ANEXOS	80
17. FORMATO DE LA ENCUESTA.....	4
18. ENTREVISTA REALIZADA	9

LISTA DE GRÁFICAS

ILUSTRACIÓN 1	37
ILUSTRACIÓN 2	37
ILUSTRACIÓN 3	38
ILUSTRACIÓN 4	38
ILUSTRACIÓN 5	39
ILUSTRACIÓN 6	39
ILUSTRACIÓN 6.1	40
ILUSTRACIÓN 7	40
ILUSTRACIÓN 8	41
ILUSTRACIÓN 9	41
ILUSTRACIÓN 10	42
ILUSTRACIÓN 11	42
ILUSTRACIÓN 12	43
ILUSTRACIÓN 13	43
ILUSTRACIÓN 14	44

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. MATRIZ POAM.....	49
TABLA 2. MATRIZ EFE	50
TABLA 2. MATRIZ FODA	53

LISTA DE ANEXOS

ANEXOS 1	65
ANEXOS 2	65
ANEXOS 3	65
ANEXOS 4	66
ANEXOS 5	66
ANEXOS 6	66
ANEXOS 7	67
ANEXOS 8	67
ANEXOS 9	67

ABSTRACT

The main objective of this project is the formulation of the System B Model for the company Tierra Viva, Baboons y Medio Ambient S.A.S. This company is dedicated to the production and marketing of biofertilizers and has a strong commitment to environmental protection and sustainability.

The System B Model is an innovative tool that seeks to promote a new business approach, where social, environmental and economic aspects are integrated into decision making. The objective is to achieve a positive impact on both the community and the natural environment, while obtaining financial benefits.

In the development of the project, an exhaustive diagnosis of the Tierra Viva company will be carried out to identify its current practices in terms of sustainability, social responsibility and care for the environment. Based on this diagnosis, specific measures and strategies will be proposed to align the company with the principles and criteria of the System B Model.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo principal la formulación del Modelo de Sistema B para la empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S. Esta empresa se dedica a la producción y comercialización de Bioabonos y tiene un fuerte compromiso con la protección del medio ambiente y la sostenibilidad.

El Modelo de Sistema B es una herramienta innovadora que busca promover un nuevo enfoque empresarial, donde se integren los aspectos sociales, ambientales y económicos en la toma de decisiones. El objetivo es lograr un impacto positivo tanto en la comunidad como en el entorno natural, a la par que se obtienen beneficios financieros.

En el desarrollo del proyecto, se llevará a cabo un diagnóstico exhaustivo de la empresa Tierra Viva para identificar sus prácticas actuales en materia de sostenibilidad, responsabilidad social y cuidado del medio ambiente. A partir de este diagnóstico, se propondrán medidas y estrategias concretas para alinear la empresa con los principios y criterios del Modelo de Sistema B.

1. INTRODUCCIÓN

Esta tesis tiene como objetivo principal formular un plan para la incorporación del modelo de Sistema B en la empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S. ubicada en la ciudad de Tunja. El estudio se enfoca en diagnosticar la empresa, evaluar el impacto potencial del Sistema B, formular y ejecutar los objetivos necesarios para implementar el Sistema B, y elaborar un plan de acción para lograr una certificación B.

La metodología de investigación utilizada incluye la recopilación de datos a través de diferentes fuentes, como análisis documental, entrevistas a empleados y análisis de datos económicos y financieros de la empresa. Se realiza un análisis exhaustivo del estado actual de la empresa en términos de desempeño social y ambiental, identificando fortalezas, debilidades y áreas de mejora.

La evaluación del impacto potencial del Sistema B se basa en estudios previos y casos de éxito de otras empresas que han implementado este modelo. Se examinan los posibles beneficios que la adopción del Sistema B podría traer a Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S. en términos de sostenibilidad, responsabilidad social y reputación empresarial.

A partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico y la evaluación de impacto, se formulan objetivos y estrategias específicas para la implementación del Sistema B en la empresa. Se establecen metas claras y medibles, y se diseñan acciones concretas para mejorar el desempeño

social y ambiental de la empresa, promoviendo prácticas sostenibles en todos los niveles de la organización.

Con base en los objetivos y estrategias formulados, se elabora un plan de acción detallado que incluye los pasos a seguir, los recursos necesarios y los plazos establecidos. Se definen responsabilidades y se establece un sistema de seguimiento y evaluación para garantizar la correcta implementación del plan y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Los resultados obtenidos demuestran la viabilidad y los beneficios que el modelo de Sistema B puede brindar a Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S. en términos de sostenibilidad y responsabilidad social. La adopción de este modelo permitirá a la empresa fortalecer su reputación, diferenciarse en el mercado, acceder a nuevos mercados y clientes, mejorar la eficiencia operativa, atraer y retener talento, promover la colaboración con otras empresas comprometidas con la sostenibilidad, y acceder a financiamiento sostenible.

En conclusión, el plan formulado para la incorporación del modelo de Sistema B en Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S. es un paso importante hacia la consecución de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. La implementación de este modelo permitirá a la empresa generar un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo al crecimiento sostenible y al éxito a largo plazo.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Dentro del conjunto de las 110.000 empresas evaluadas mediante la herramienta de Sistema B, apenas un modesto 3% logra obtener este reconocimiento, lo que pone de manifiesto la escala de exigencia que conlleva dicha certificación, entre las empresas colombianas certificados están Alquería, Crepes & Waffles y Juan Valdez (Ivan, 2022). En el transcurso del año 2021, Juan Valdez, una firma icónica de Colombia que representa a los productores de café del país, se hizo acreedora de la certificación como Empresa B. Este logro no solo la convierte en la primera cadena de establecimientos de café en el mundo en alcanzar esta destacada distinción, sino que también la integra al selecto grupo de empresas con una misión fundamental de abordar los apremiantes desafíos sociales y medioambientales de nuestra época (Juan Valdez, 2023).

La misión fundamental de Juan Valdez radica en la creación de valor, trascendiendo las meras ganancias económicas, en beneficio de los cultivadores de café en Colombia. Por esta razón, la empresa ha focalizado sus esfuerzos no solo en establecer una cadena de suministro que se pueda rastrear y sea transparente, y en implementar sólidos estándares de gobierno corporativo, sino que también trabaja de forma incansable en promover el bienestar de sus productores y colaboradores. Además, demuestra un compromiso inquebrantable con la búsqueda de mejores prácticas tanto en el ámbito social como en el medioambiental en cada una de las etapas de su operación.

A partir del año 2019, Juan Valdez inició su proceso de certificación como Empresa B. Este prestigioso reconocimiento es otorgado por B Lab, una organización sin fines de lucro con

sede en Estados Unidos. Hasta la fecha, B Lab ha distinguido a más de 3.700 empresas a nivel global, incluyendo a más de 60 en Colombia. Este reconocimiento se otorga a empresas que no miden su éxito solamente en función de sus resultados financieros, sino que también evalúan su impacto en aspectos sociales y ambientales. Según las palabras de Camilo Ramírez, Director Ejecutivo de Sistema B en Colombia, una organización dedicada a promover el movimiento B en el país: "El movimiento B recibe a Juan Valdez con gran entusiasmo. Estamos muy complacidos y confiamos en que, a través de su ejemplo, continuaremos demostrando al mundo entero que es posible lograr rentabilidad financiera y, al mismo tiempo, abordar los importantes desafíos que enfrentamos como sociedad y planeta. Esto representa una nueva definición del éxito empresarial" (Juan Valdez, 2023).

Terramarte, una de las primeras cinco Empresas B certificadas en Colombia, tiene como misión principal enfrentar el problema de la proliferación del plástico en el país. Lo hace a través de la fabricación de bolsas ecológicas confeccionadas por trabajadores colombianos utilizando fibras naturales. Como una de las pioneras en obtener la certificación como Empresa B en Colombia, ha asumido un compromiso que va más allá de la búsqueda de ganancias financieras; su enfoque se centra en generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente (Gabriela, 2023).

En el año 2013, Terramarte logró su certificación como Empresa B y renovó este reconocimiento en 2020 (Terramarte, 2023). Para obtener esta distinción, la empresa tuvo que obtener una calificación superior a 80 puntos en diversas áreas de evaluación, incluyendo:

1. **Gobernanza:** La medida en que Terramarte cumple con los objetivos sociales y ambientales establecidos por las Empresas B, basándose en la retroalimentación de sus empleados.
2. **Trabajadores:** Cómo la empresa contribuye al bienestar de sus empleados a través de prácticas como la garantía de salarios justos, la provisión de beneficios, el cuidado de la salud y el fomento de oportunidades de desarrollo profesional.
3. **Comunidad:** El impacto positivo de Terramarte en las comunidades en las que opera, incluyendo iniciativas relacionadas con la inclusión y diversidad, la generación de empleo y el apoyo a causas filantrópicas.
4. **Medio Ambiente:** La forma en que la empresa gestiona su impacto en el medio ambiente y su posición respecto a temas críticos como el cambio climático y la sostenibilidad.
5. **Clientes:** El análisis del impacto que Terramarte tiene en sus clientes y consumidores, así como sus políticas relacionadas con garantías y control de calidad.

Terramarte es reconocida por su firme compromiso con la sostenibilidad y su determinación en generar un impacto positivo tanto en el entorno natural como en la sociedad colombiana, y esto va más allá de sus logros financieros. (Terramarte, 2023). María Teresa González, gerenta general de Terramarte, enfatiza la creencia fundamental de la empresa en la posibilidad de un mundo mejor. La compañía está convencida de que, trabajando en conjunto, se

pueden encontrar soluciones a muchos de los problemas creados por el consumismo, la industrialización y la tecnología. Esta visión resalta aún más el compromiso de Terramarte con la búsqueda de un impacto positivo y sostenible (Gabriela, 2023).

La empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS se destaca en el campo de la transformación de residuos sólidos orgánicos a través de una técnica única en el mundo: el uso de escarabajos. Mediante esta metodología innovadora, logrando producir abono orgánico de una calidad excepcional, comparable al que se encuentra en los ecosistemas selváticos. En nuestra empresa, estamos constantemente investigando los beneficios ambientales de los escarabajos y explorando diversas técnicas que nos permitan reducir el uso de precursores químicos en la producción de alimentos.

En la actualidad, Tierra Viva contribuye significativamente a la conservación del medio ambiente al transformar los residuos sólidos en abono orgánico, contando con la participación de más de 375 mil especies identificadas de escarabajos (Tierra Viva, s.f.). El producto final resultante garantiza la producción de alimentos de excelente calidad. Sin embargo, es crucial que nuestra empresa sea reconocida en el municipio de Tunja, tanto en el ámbito académico de las universidades como en las comunidades locales, con el objetivo no solo de destacar nuestra labor, sino también de educar a la comunidad sobre la importancia de preservar el medio ambiente.

La empresa tierra viva buscará implementar las acciones para ser certificados como “Empresa B”, la cual nos permitiría alcanzar nuestros objetivos de entregar productos de alta calidad a un menor costo, al mismo tiempo que mejoraría instantáneamente los resultados de los agricultores, generando así un impacto significativo en la producción agrícola y la protección ambiental. Este sistema nos brindaría confianza y credibilidad, despertando el interés de multinacionales y entidades del sector público. Además, contribuiría al crecimiento de nuestra empresa, fortaleciendo su reconocimiento y presencia en diversos sectores, especialmente en el ámbito agrario a nivel departamental en el mediano y largo plazo. Asimismo, buscamos ampliar nuestro alcance más allá de las fronteras del país mediante la exportación, no solo de escarabajos, sino también del abono orgánico, teniendo en cuenta el impacto ambiental y la innovación en la agricultura, con el objetivo de reducir costos, mejorar la calidad y obtener mejores resultados.

3. HIPOTESIS

Se plantea la hipótesis de que la implementación del Sistema B y la obtención del certificado como "Empresa B" por parte de Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS, tendrán un impacto positivo en diferentes aspectos de la empresa y su entorno.

En primer lugar, se espera que la implementación del Sistema B y la adopción de prácticas sostenibles y socialmente responsables permitan a Tierra Viva entregar productos de alta calidad a un menor costo. Mediante la optimización de los procesos de producción y la reducción de los insumos químicos, la empresa podrá mejorar la eficiencia de sus operaciones y ofrecer productos competitivos en el mercado. Esto, a su vez, podría generar mayores ganancias y fortalecer la posición de Tierra Viva en el sector de la agricultura y la producción de abono orgánico.

En segundo lugar, se espera que la certificación como "Empresa B" brinde confianza y credibilidad a Tierra Viva. Al obtener el reconocimiento oficial como una empresa comprometida con la sostenibilidad y la responsabilidad social, la empresa podrá despertar el interés de multinacionales y entidades del sector público. Esto podría abrir oportunidades de colaboración y asociación, así como facilitar la expansión de Tierra Viva hacia nuevos mercados y clientes tanto a nivel nacional como internacional.

En tercer lugar, se supone que la implementación del Sistema B y la obtención del certificado contribuirán al crecimiento y reconocimiento de Tierra Viva en el sector agrario a nivel

departamental. La certificación como "Empresa B" permitirá a la empresa diferenciarse de la competencia y destacar su compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Esto podría atraer a agricultores y empresas del sector que valoran la producción sostenible y la protección ambiental, lo que a su vez impulsaría la demanda de los productos de Tierra Viva y fortalecería su presencia en el mercado local.

Además, se espera que la obtención del certificado y el cumplimiento de los estándares del Sistema B generen confianza y seguridad entre los agricultores y las empresas del sector. Los clientes potenciales podrán confiar en que los productos de Tierra Viva cumplen con altos estándares de calidad y sostenibilidad, lo que influirá en su decisión de adquirirlos. Esto también contribuirá a fortalecer las relaciones comerciales y a establecer alianzas estratégicas con otros actores del sector agrícola.

En resumen, la hipótesis plantea que la implementación del Sistema B y la obtención del certificado como "Empresa B" tendrán un impacto positivo en Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS. Se espera que esto se refleje en la capacidad de la empresa para entregar productos de alta calidad a un menor costo, mejorar los resultados de los agricultores, generar un impacto significativo en la producción agrícola y la protección ambiental, fortalecer su reconocimiento y presencia en el sector, expandir su alcance a nivel nacional e internacional, y generar confianza y seguridad entre los clientes y socios comerciales.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, la problemática ambiental global se caracteriza por la creciente contaminación en diversas formas, como la contaminación del agua, el aire, el ruido, el paisaje y el suelo, tan solo el manejo de residuos sólidos orgánicos supone un desafío de gran envergadura para las ciudades. De acuerdo con investigaciones realizadas por el Sr. José William Penagos y sus colegas (Penagos Vargas JW, 2011), los residuos sólidos orgánicos urbanos representan aproximadamente el 70% del volumen total de desechos generados (Rodríguez G, 2021). A pesar de la implementación de tratamientos convencionales hasta la fecha, estos apenas abordan parcialmente el problema debido a su magnitud, y en ocasiones, resultan en una simple transformación de una forma de contaminación a otra, como la generación de lixiviados en rellenos sanitarios y la producción de gases tóxicos en los procesos de incineración (AIM2flourish; 2021). “Lo principal es que Colombia produce 33.000 toneladas de residuos cada 24 horas, y de cada kilogramo de desechos que produce un ser humano al día el 50 % es orgánico. Entonces Tierra Viva es una empresa que tiene la finalidad de proteger el medio ambiente reutilizando esa materia orgánica. Existen 375.000 especies de escarabajo en todo el planeta que están para ayudarnos a generar menos contaminación y producir abono orgánico”, comenta este apasionado por el medio ambiente y los escarabajos (El Espectador, 2022). Esta situación ha llevado a la empresa Tierra Viva a centrar su investigación en encontrar una solución que contribuya a la reducción de la contaminación del suelo y el agua. Como parte de este enfoque, han desarrollado una técnica de innovación biotecnológica que aprovecha a gran escala la capacidad natural de los escarabajos para descomponer la materia orgánica. Según lo explicado por Germán, a diferencia de los procesos de compostaje biológico o la acción de las lombrices de tierra, en el tracto digestivo de las larvas de escarabajo, que son las que consumen los desechos, existe una rica diversidad de

microorganismos que se encargan de fijar y descomponer la materia. De esta manera, el proceso sigue el ciclo biológico natural de los escarabajos, donde las larvas utilizan los desechos orgánicos como sustrato durante aproximadamente 4 meses, tiempo necesario para alcanzar la madurez sexual y reproducirse, dando inicio a un nuevo ciclo biológico de forma sucesiva. Germán enfatiza que no inventó los escarabajos, sino que ideó el método para criarlos de manera óptima utilizando desechos orgánicos como alimento de alta calidad (Aim2flourish.com, 2021).

Teniendo en cuenta que Tierra Viva es un proyecto que va más allá de la mera reutilización de residuos para favorecer el bienestar ambiental, también se enfoca en fomentar la educación y el empoderamiento de niños, niñas y jóvenes con el objetivo de promover la investigación científica y el cuidado del medio ambiente (El Espectador, 2022). Sin embargo, a pesar de los beneficios ambientales y agrícolas que ofrece este producto, tanto en términos de calidad de los cultivos como de reducción de costos, se enfrenta a un desafío significativo: En el municipio de Tunja y sus alrededores, la falta de conciencia y compromiso con el medio ambiente está obstaculizando el desarrollo e innovación local, lo que a su vez limita el crecimiento y restringe recursos valiosos para la ciudad, incluyendo aspectos económicos y educativos, así como la disponibilidad, distribución y uso del abono orgánico en el sector agropecuario. Estos desafíos están reflejados en el Plan de Desarrollo Sostenible 2020-2023, que propone fortalecer y potenciar las capacidades productivas, industriales, creativas, turísticas y de desarrollo económico del territorio mediante el conocimiento, la investigación, la tecnología y la innovación. El objetivo es preservar la seguridad alimentaria, impulsar procesos de desarrollo productivo sostenibles, generar valor agregado y fomentar el comercio y la cooperación regional. Para lograrlo, es fundamental sensibilizar a la comunidad y promover la participación activa de todos los actores locales en la

búsqueda de un desarrollo sostenible y próspero para Tunja y sus alrededores (Pacto social por Boyacá, 2020 - 2023).

El sistema B se presenta como una solución prometedora para superar esta barrera. Al adoptar un enfoque sostenible y responsable, al obtener la certificación como "Empresa B", Tierra Viva demuestra su compromiso con prácticas empresariales que buscan generar un impacto positivo tanto en el ámbito social como ambiental. Esta certificación brinda apertura y credibilidad a los agricultores y a otros actores del sector, al asegurarles que están adquiriendo un producto que cumple con altos estándares de sostenibilidad y responsabilidad (Ruiz, 2022), el sistema B no solo brinda apertura y credibilidad a los agricultores, sino que también atrae a otros sectores que podrían beneficiarse de este producto.

Al implementar el sistema B, Tierra Viva se posiciona como una empresa socialmente responsable y preocupada por el medio ambiente. Esto no solo refuerza su imagen y reputación en el mercado, sino que también atrae a otros sectores que buscan asociarse con empresas comprometidas con la sostenibilidad (Sistema B, 2023). La certificación como "Empresa B" puede abrir nuevas oportunidades de negocio y colaboración con otras empresas, organismos gubernamentales y organizaciones no gubernamentales que comparten valores similares. Además, al cumplir con su objetivo principal de entregar un producto respetuoso con el medio ambiente a un costo accesible, Tierra Viva se posiciona como una opción atractiva para los consumidores conscientes y preocupados por el impacto ambiental de sus elecciones de compra. Esto puede aumentar la demanda de su abono orgánico y fortalecer su posición en el mercado agrícola.

Andrew Kassoy, uno de los tres cofundadores de B Lab, la organización detrás del surgimiento de las empresas B, destaca que hay una nueva generación de emprendedores y partes interesadas que aspiran a que las empresas trasciendan y vayan más allá de la generación de beneficios económicos. En lugar de ello, desean que los negocios tengan un propósito significativo. Kassoy menciona que esto ha dado lugar a un movimiento global de empresarios que buscan redefinir el éxito en el ámbito (Bancolombia.com, 2023).

Al adoptar el sistema B, Tierra Viva tiene la oportunidad de consolidarse como una empresa líder en el área de transformación de residuos sólidos orgánicos y producción de abono orgánico. Esto demostrará su compromiso con el medio ambiente y la comunidad, lo cual es atractivo para agricultores, inversores, consumidores y otros actores interesados en productos y servicios más respetuosos con el entorno que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad social. Al obtener el certificado como "Empresa B", Tierra Viva podrá ser ejemplo de compromiso con prácticas éticas y su impacto positivo en el medio ambiente y la comunidad, lo que la distinguirá en el mercado y reforzará su reconocimiento como una empresa líder en el uso de escarabajos para producir abono orgánico de calidad.

Esta certificación también abrirá oportunidades de colaboración con otras empresas del sector y facilitará su expansión hacia nuevos mercados, tanto a nivel nacional como internacional, incluso posicionará a Tierra Viva como una empresa líder en el campo, capaz de atraer a clientes comprometidos con el medio ambiente y el bienestar social, y establecerse como un referente en la transformación de residuos sólidos orgánicos en abono orgánico de alta calidad, también se

compromete a seguir estándares rigurosos de desempeño social y ambiental, lo que brinda mayor apertura y credibilidad ante los consumidores y otras empresas, porque buscan no solo obtener beneficios económicos, sino también generar un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.

5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto para Tierra Viva su certificado como Empresa B en cuanto a su posicionamiento en el sector agropecuario?

6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 OBJETIVO GENERAL

Formular un plan para la incorporación del modelo de sistema B, en la empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S, de la ciudad de Tunja.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.** Realizar un diagnóstico exhaustivo de la empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS, para identificar sus áreas de mejora y oportunidades de alineación con Sistema B.
- 2.** Determinar el impacto potencial que la adopción que el Sistema B tendría en la empresa, considerando sus operaciones actuales y su compromiso con la sostenibilidad.
- 3.** Proponer objetivos estratégicos necesarios para implementar con éxito el Sistema B en Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS, asegurando una orientación efectiva hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social.

7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La empresa Tierra Viva se ha proyectado como la empresa líder en el desarrollo sostenible al ser un referente en la transformación de residuos sólidos orgánicos en abono respetuoso con el medio ambiente, generando un impacto positivo tanto en la agricultura como en la conservación del entorno natural (Tierravivaescarabajos.com; Tierra Viva, s.f.). Su liderazgo se manifiesta en ser una empresa pionera en utilizar una técnica única en el mundo que involucra escarabajos para la descomposición y transformación de materia orgánica en abono orgánico de alta calidad. Su enfoque innovador y respetuoso con el medio ambiente la distingue en el campo de la gestión de residuos y en la producción de fertilizantes orgánicos. Además de esta importante labor, la empresa ha incursionado en la comercialización de escarabajos, especialmente en Japón, donde son considerados mascotas. Con su enfoque en la responsabilidad medioambiental y social, Tierra Viva se ha propuesto contribuir al desarrollo de su municipio y del mundo en general.

El producto desarrollado por la empresa cumple con altos estándares de calidad y respeto por el medio ambiente, y se distribuye de manera rentable para los agricultores. Sin embargo, a pesar de sus logros, Tierra Viva enfrenta el desafío de ser poco reconocida en el sector agrario y tener una presencia limitada a nivel departamental. Esta falta de reconocimiento ha creado una barrera que dificulta una distribución más amplia y un mayor reconocimiento por parte de los cultivadores. "En Colombia, enfrentamos una gran dificultad, ya que llevamos a cabo este proyecto sin recibir apoyo del Estado ni de ninguna entidad. En otros países, un proyecto como el nuestro recibiría amplio respaldo y apoyo." - Viasus. Suárez, A. (2022, noviembre 22). Escarabajos hacen abono en Colombia y son exportados a Japón. (APnews, 2022)

La obtención del certificado B tendría un impacto positivo en el crecimiento y la fidelidad de los clientes de Tierra Viva (App Header, 2019). Este certificado brindaría confianza a los cultivadores, ya que aseguraría la adquisición de un producto de calidad que cumple con los estándares de cosecha y permite obtenerlo a un costo reducido. En otras palabras, el ciclo de producción y comercialización beneficiaría a todos los involucrados, desde los productores hasta los compradores finales, al proporcionar alimentos de calidad cultivados de manera responsable y comprometida con la salud y el cuidado del medio ambiente.

Además de los beneficios económicos que el certificado B brindaría a la empresa, Tierra Viva ya ha demostrado un gran compromiso con el desarrollo educativo al ofrecer sus instalaciones para estudiantes y pasantes (Tierravivaescarabajos.com). Este compromiso se alinea con la misión de la empresa y su enfoque en el cuidado del medio ambiente. Tierra Viva tiene grandes posibilidades de complementar su enfoque empresarial con el sistema B, que no solo se organiza económicamente, sino que también equilibra el propósito y la ganancia en las empresas, e incentiva a las empresas a asumir la responsabilidad social y medioambiental a través de la implementación de buenas prácticas, la investigación y la innovación para mejorar sus productos y servicios.

Con esta formulación del modelo del sistema B, se llevará a cabo un diagnóstico exhaustivo de la empresa, con el objetivo de identificar las áreas que requieren mejoras y las herramientas necesarias para que pueda adoptar el certificado B. De esta manera, se busca asegurar el continuo crecimiento de la empresa, la generación de empleo y la oferta de productos y servicios

de alta calidad y competitivos para los consumidores. Al obtener el certificado B, la empresa reafirmará su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, contribuyendo así al cuidado del medio ambiente y al beneficio de la sociedad en general.

8. MARCO DE REFERENCIA

8.1 ESTADO DEL ARTE

En abril 2012 en Estados Unidos, Juan Pablo Larenas, Gonzalo Muñoz, María Emilia Correa y Pedro Tarak se unieron con el objetivo de crear una red de empresas y actores económicos en América Latina para abordar problemas sociales y ambientales urgentes. Su presencia en América Latina se consolidó en 2014 con su implementación en Colombia. Esto se debió a la convicción de que el capitalismo estaba experimentando cambios y que era esencial modificar la manera en que las empresas llevaban a cabo sus operaciones. Por lo tanto, optaron por introducir en la región el Movimiento B, una iniciativa originada en 2006 por B Lab en Estados Unidos, la cual abogaba por una economía inclusiva y regenerativa a través de la certificación de Empresas B (Emprendedores, 2022). Sistema B fue establecido con el objetivo de difundir la certificación B Corp y fomentar un enfoque de triple impacto en toda América Latina y el Caribe. Esto implica que estas empresas combinan sus objetivos de lucro con un propósito más amplio y están comprometidas en generar un impacto positivo como parte fundamental de su identidad y modelo de negocio. Además, permiten la distribución de utilidades (Corea, 2019).

La organización se enfoca en promover un entorno propicio para el desarrollo de un mercado capaz de abordar asuntos de índole social y ambiental mediante una estrecha colaboración con empresas, inversores, académicos y profesionales legales. La certificación B identifica a aquellas empresas que han incorporado de manera profunda un compromiso de triple impacto en su modelo empresarial (Bancolombia, 2019).

En la región, sobresalen empresas destacadas como Natura & Co, que es la empresa B más grande del mundo, junto con otras como Concha y Toro, Movida, Juan Valdez y Hering. Esto ha llevado a América Latina a ocupar la tercera posición en términos de la cantidad de Empresas B Certificadas, después de América del Norte y Europa (ComunicarSe, 2022).

8.2 TEORICO

El Sistema B se ha caracterizado por dar soluciones a problemáticas sociales y medioambientales incluso desde su mismo negocio, teniendo en cuenta la rentabilidad y generando un impacto positivo a la sociedad y el medio ambiente. En su esencia, el sistema B reconoce que el éxito empresarial no debe medirse únicamente por los resultados financieros, sino también por la capacidad de la empresa para contribuir de manera significativa y positiva a la sociedad y el medio ambiente en el que opera. Es por eso que las empresas BIC (Beneficio e Interés Colectivo), también conocidas como empresas B, se esfuerzan por lograr un triple impacto: generar beneficios económicos, impactar positivamente en la comunidad y promover prácticas sostenibles para proteger el entorno natural (IMPAQTO, 2022).

Las Empresas con Propósito están firmemente convencidas de la transformación significativa que está ocurriendo en la economía global, marcada por la transición del principio de priorizar a los accionistas hacia el principio de dar prioridad a los grupos de interés. Bajo el enfoque de los stakeholders, se valora la maximización de las ganancias para los accionistas, pero esta maximización se considera como un resultado de llevar a cabo prácticas comerciales éticas y responsables, no como el propósito central de la organización. El propósito debe representar la

manifestación más profunda de la capacidad de una organización para contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas y la preservación del planeta. Debe orientar las decisiones cruciales dentro del negocio, manteniendo a todos los miembros de la empresa enfocados en un objetivo compartido. Este propósito es lo que otorga a la organización su identidad distintiva y la valentía necesaria para buscar un impacto positivo en el mundo (PricewaterhouseCoopers Consultores Auditores SpA, 2020).

El concepto de "beneficio con propósito" se encuentra en la vanguardia de la gestión empresarial contemporánea. Refleja una creciente percepción de que las empresas no deben restringirse a la búsqueda exclusiva de ganancias monetarias, sino que, sin abandonar ese objetivo, deben asumir la responsabilidad por las consecuencias y el impacto global de sus actividades. Esto implica comprometerse en acciones socialmente responsables que tengan un efecto beneficioso en las comunidades en las que operan. En los próximos artículos, líderes empresariales destacados y directores de las principales escuelas de negocios compartirán sus perspectivas sobre la relevancia de adoptar un enfoque empresarial con un propósito definido. La idea central es que el propósito empresarial va más allá de la mera búsqueda de beneficios; representa la razón fundamental de existencia de la empresa y su contribución a la transformación social. Ejemplos históricos, como la aspiración de Henry Ford de que cada ciudadano estadounidense tuviera un automóvil, la misión de IKEA de llevar el diseño a todos los hogares y la visión de ZARA de democratizar la moda, ejemplifican cómo estas empresas han abrazado un propósito que supera la simple oferta de productos y se convierte en un compromiso con la sociedad y la transformación (Harvard Deusto, 2020).

El impacto social implica acciones concretas, metas cuantificables y colaboración con comunidades específicas. Las empresas deben abordar problemas sociales, promover prácticas justas y la igualdad en el trabajo. Los "Objetivos de Desarrollo Sostenible" de la ONU sirven como marco para establecer metas sociales. En términos del impacto ambiental, se requiere considerar procesos responsables y sostenibles, como el uso de materias primas renovables y economía circular. La transparencia y los informes sobre impacto ambiental son valorados, al igual que la eficiencia energética y la adopción de energías renovables. Aunque la rentabilidad económica sigue siendo esencial, se reconoce que debe ir de la mano con un impacto social y ambiental positivo para satisfacer a consumidores conscientes. Esto implica cambios en prácticas, capacitación de empleados y colaboración con grupos influyentes para adaptarse a un mercado más consciente (Muler, 2023).

Actualmente, operan 10 Sistemas B nacionales en diversos países, respaldados por una entidad internacional que supervisa el movimiento en su conjunto. Adicionalmente, se han establecido 8 Comunidades B Locales que congregan a empresas B Corp en áreas geográficas específicas. En su conjunto, estas comunidades y sistemas constituyen una comunidad que engloba a más de 650 Empresas B en la región. Es importante destacar que estas empresas han asumido la visión de equilibrar la rentabilidad con un impacto positivo en la sociedad y el entorno ambiental, logrando una facturación anual conjunta que supera los 5.000 millones de dólares. Esto subraya el aumento en la adopción de la certificación B Corp y su influencia económica en la región, al mismo tiempo que promueve prácticas empresariales sostenibles y socialmente responsables en todo el mundo (Sistema B, 2023).

8.3 LEGAL

Remontándose a las experiencias de empresarios con una visión responsable con el medio ambiente y la sociedad, y teniendo en cuenta los inicios de la aprobación por el congreso de Colombia del decreto 2046 del 12 de noviembre de 2019, Ley 1901 de 2018, (Junio18) Decreto 2046 del 2019, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Bogotá, Nov. 12, de 2019, único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, reglamento en Materia de Tributaria, para reglamentar sociedades comerciales BIC (Beneficio e Interés Colectivo) mejor conocido como las empresas B, Ley 1901 de 2018, (Junio18) Decreto 1625 del 2016, Decreto Único reglamentario n Materia Tributaria, Bogotá, Oct. 11, de 2016, los cuales reconocen y promueven el compromiso de aquellos empresarios que desean lograr un triple impacto positivo, los requisitos generales que debe cumplir las empresa BIC surgen en la Ley 1901 de 2018, (Junio 18), por medio de la cual se crean y desarrollan las sociedades comerciales de beneficio e interés colectivo (BIC), y que establece beneficios para los trabajadores, comunidades, el medio ambiente y el desarrollo empresarial en el país. En 2006 se creó B Lab, una organización sin fines de lucro que el cuidado con el planeta y de las sociedades, esta organización se une al Sistema B el cual fue fundado en Latino América, como resultado de una alianza con B Lab en el año 2012, esto permite que las empresas puedan tener un certificado B promoviendo el desarrollo de una economía que pueda crear valor integral para el mundo y su hábitat. Empresas como Cosméticos Natura fue presentada en 2015 como la empresa más grande que ha recibido el certificado, Aral Thel, una productora y comercializadora de medicamentos naturales y el restaurante Bio Plaza también han obtenido el certificado, tal y como lo indica: Anónimo (2015), Empresas B, Movimiento que va más allá de las metas financieras, *Portafolio*,

dándonos a entender que ser parte de este grupo de empresas que se han ido sumando al compromiso con la comunidad y la naturaleza es un buen camino para evaluar el desempeño de la empresa; cabe resaltar que Colombia es el primer país en América Latina en reconocer y dar seguridad Jurídica a las empresas que quieren contribuir positivamente a la economía, a la sociedad y al medio ambiente, Lozano V. R. (2019). Sociedades Comerciales de Beneficios e Interés Colectivo (BIC). Lozano Villa y Asociados.

Obtener el certificado B no es un proceso sencillo; requiere un análisis detallado y riguroso de la gestión empresarial, así como la medición y evaluación del impacto social y ambiental de la empresa. Sin embargo, el esfuerzo vale la pena, ya que el certificado B no solo es un sello de calidad y responsabilidad, sino también una oportunidad para destacar en un mercado cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa.

Para Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS, adoptar el sistema B y obtener el certificado B podría significar una transformación significativa en su identidad y estrategia empresarial. Alinearse con los principios del sistema B permitiría a la empresa consolidarse como un referente en el campo de la transformación de residuos sólidos orgánicos en abono orgánico, pero no solo como líder en términos de rentabilidad y calidad de productos.

Al obtener el certificado B, Tierra Viva demostraría su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, ganando la confianza y el reconocimiento de los consumidores,

empleados e inversores comprometidos con el desarrollo sostenible. La certificación B podría atraer a nuevos clientes sensibles a los problemas ambientales y sociales, y también podría servir como un factor clave para atraer y retener a empleados talentosos que buscan trabajar en empresas con un propósito más elevado.

Teniendo en cuenta lo anterior, actualmente no basta con que una empresa genere buenos ingresos, sino que es de gran relevancia el aporte positivo que se le hace al medio ambiente y al correcto desarrollo de la sociedad, una empresa que obtenga el certificado B, no solo lo hace merecedor de ser reconocido en el mercado por su labor y contribución, sino también por su rentabilidad, su responsabilidad social, ambiental y transparencia, *Delgado, A. (2022), Qué es y cómo conseguir un certificado B Corp. para tu empresa. Emprendedores.*, las buenas prácticas del aporte de innovación en el sector empresarial, permite medir y gestionar su impacto socioambiental y obtener resultados positivos en el desarrollo de su razón social. Otro aspecto clave de la certificación B es el acceso a una comunidad global de empresas con propósitos similares, lo que permitiría a Tierra Viva intercambiar conocimientos, buenas prácticas y colaborar en proyectos conjuntos para impulsar aún más su impacto positivo.

En conclusión, la implementación del sistema B y la obtención del certificado B representarían una oportunidad para que Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS consolide su liderazgo en el campo de la transformación de residuos sólidos orgánicos y abono orgánico. Más allá de la excelencia en sus productos y servicios, la empresa podría convertirse en un referente en materia de responsabilidad social y ambiental, atrayendo a clientes, empleados e

inversores comprometidos con el desarrollo sostenible y contribuyendo positivamente al bienestar de la comunidad y la preservación del medio ambiente.

8.4 CONCEPTUAL

La implementación del Sistema B tal como las empresas de Triple impacto el cual tiene como finalidad dar soluciones a problemas sociales y ambientales de la actualidad, estos son modelos económicos que persiguen además de la rentabilidad financiera también generar un impacto social mediante actividades o acciones en diferentes comunidades dando ejemplo de prácticas medio ambientales para poder mitigar el cambio climático negativo (Editorial RSyS, 2022), estas empresas emergen como una respuesta crítica a las empresas convencionales que, en su búsqueda de ganancias, con frecuencia generan efectos negativos tanto en aspectos sociales como ambientales. Contribuir a la sostenibilidad social en la actualidad representa una perspectiva renovada o esfuerzos para adoptar una perspectiva renovada en la producción y distribución de bienes y servicios. Esto se logra al prestar una atención especial a los actores sociales involucrados en todas las etapas del proceso, lo que a su vez requiere abordar cuestiones tanto a nivel global como local de manera simultánea (Olmos, 2019) también promueve a las empresas y a diferentes actores económicos, para construir una nueva economía de la cual se obtengan beneficios financieros y que puedan ir de la mano con los beneficios socio ambientales, la idea principal es crear valor integral para el mundo, promoviendo formas de organización económica las cuales puedan medirse desde el bienestar de la sociedad y de la tierra, reestructurando el capitalismo, la cultura y el comportamiento socioeconómico; las mismas empresas son quienes guían el camino y las que con su gestión en el impacto promueven a otras empresas a ser responsables socio ambientalmente, también llamadas empresas B o con propósito (Abramovay, Correa, & Van Hoof, 2013).

Las grandes industrias en el mercado actual, deben empezar a pensar en la implementación de la nueva economía, la cual, consiste en la incorporación de formar e implementar instrumentos que reflejen las necesidades actuales en la sociedad y por supuesto en el medio ambiente. En esta nueva economía, las empresas compiten no solo por ser las mejores en el mundo sino para el mundo, las personas y la naturaleza, con el fin de comprometerse a un plan de desarrollo continuo, haciendo que sus procesos sean amigables sin mitigar los impactos negativos que pueden llegar a afectar a la comunidad, creando una economía nueva, sostenible e inclusiva, Laura Vélez, Directora Ejecutiva del Sistema B, destaca los beneficios de esta práctica al afirmar: *"El objetivo principal es que estas empresas sean las mejores para el mundo y no solo las mejores del mundo. Esto implica que en el corazón de su estrategia empresarial se establece un propósito que va mucho más allá de lograr un desempeño financiero, sino que busca generar un impacto concreto, tangible y positivo tanto en aspectos sociales como ambientales, en todas sus actividades por definición de negocio."* (Portafolio, 2015).

En la actualidad las empresas se han preocupado cada vez más no solo por el crecimiento económico en el mercado con fines individuales, sino que más allá de ello, se han ido desarrollando en técnicas que sean beneficiosas para la sociedad, reduciendo impactos ambientales, confiando en las buenas prácticas sin emisiones negativas. Según un artículo de la Revista Harvard Deusto titulado *"Triuna: Las empresas con propósito más allá de los beneficios van mejor"*, se menciona que las empresas con propósito son aquellas que persiguen objetivos que trascienden el ámbito económico. Es decir, estas organizaciones buscan impactar positivamente en aspectos sociales y medioambientales además de lograr beneficios financieros. Los objetivos sociales incluyen acciones como inversiones responsables, promoción de derechos humanos, comercio justo, lucha

contra la pobreza y mejora de la salud de la población. Mientras que los objetivos medioambientales implican contribuir a la mejora del medio ambiente y realizar inversiones en empresas que trabajan para promover la sostenibilidad. Amat, O. (2020, May 8). Triuna: Las empresas con propósito más allá de los beneficios van mejor (Amat, 2020). Es necesario que se llegue a un equilibrio de propósito y ganancia, creando un sistema económico inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y el planeta, el certificado garantiza que las empresas están en proceso de mejora continua en cuanto a responsabilidad socio ambiental, incluso les permite un mayor desempeño social y ambiental en toda la compañía definiendo su identidad, Sistema B. (Sistema B, 2023) B Corp. estándar global, El Economista, Certified Corporation., mejor posicionamiento en el mercado y de antemano mejores beneficios financieros, le permitirá tener mayor capacidad a la organización para generar valor, por lo tanto, va más allá del aumento de ventas e implica aportar diferentes ofertas al cliente, generando empleo de calidad, rentabilidad en sus acciones y sostenibilidad, contribuyendo al crecimiento.

9. TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio combinará enfoques cualitativos y cuantitativos con el objetivo de realizar una evaluación integral de las características de la empresa. Se busca identificar las correcciones necesarias para obtener el certificado B, lo que permitirá profundizar en el análisis de la viabilidad y los posibles efectos que la implementación de este sistema tendría en la organización (Blab, 2023).

A través del enfoque cualitativo, se explorarán en detalle las características actuales de la empresa, tales como sus prácticas de gestión, políticas medioambientales y compromiso social. Esto nos brindará una comprensión más profunda de la situación actual y nos permitirá identificar las áreas que requieren mejoras y ajustes para cumplir con los criterios del sistema B.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo nos proporcionará datos medibles y cuantificables para analizar la relevancia de la hipótesis planteada y medir el riesgo asociado. Se recopilarán datos a través de diferentes métodos, como encuestas, análisis de indicadores financieros y estadísticas relevantes. Esta combinación de métodos de investigación nos permitirá obtener una visión más completa y precisa de la situación de la empresa en relación con la implementación del sistema B (Narvaez, 2023).

Al analizar los datos obtenidos, se realizarán comparaciones y contrastes entre los diferentes elementos estudiados. Esto nos permitirá identificar patrones, tendencias y posibles

relaciones entre las variables evaluadas, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas.

En resumen, este estudio de naturaleza cualitativa y cuantitativa tiene como objetivo proporcionar una evaluación exhaustiva de las características de la empresa y determinar las acciones necesarias para obtener el certificado B. Al combinar métodos de investigación y análisis, se busca obtener una visión holística de la viabilidad y los posibles efectos de la implementación del sistema B, respaldando así la toma de decisiones estratégicas y sostenibles (Ortega, 2018).

10. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para garantizar una evaluación exhaustiva de la empresa, se utilizará una combinación de métodos de investigación que nos permitirán recopilar información relevante de diferentes fuentes.

En primer lugar, se llevará a cabo una entrevista en profundidad con el CEO de la empresa. Esta entrevista proporcionará un espacio para realizar preguntas detalladas y explorar a fondo la historia, los procesos y las metas a mediano y largo plazo de la organización. Se utilizarán preguntas abiertas que permitan al entrevistado expresar sus percepciones y experiencias con sus propias palabras. La entrevista en profundidad nos brindará una visión interna de la empresa y nos permitirá comprender su perspectiva en relación con el sistema B.

Además, se diseñó una encuesta que se aplicará a una muestra representativa de agricultores del departamento. Esta encuesta nos ayudará a analizar la presencia de la empresa en el mercado agrícola y a recopilar la opinión del público objetivo sobre el producto, la razón social y la empresa en general. La encuesta incluirá preguntas que permitan medir la percepción de los agricultores sobre la calidad del producto, la confiabilidad de la empresa y su compromiso con el medio ambiente.

En el proceso de evaluación, emplearemos tres herramientas esenciales: la Matriz POAM, la Matriz MEFE y la Matriz FODA. La Matriz POAM se enfoca en evaluar las Posibles Oportunidades y Amenazas que se presentan en el entorno circundante de la empresa, lo que nos

permite identificar los aspectos externos que pueden generar beneficios o representar desafíos para la organización. La Matriz MEFE proporciona una visión completa sobre cómo los factores externos pueden afectar el éxito de la empresa, clasificando y valorando los factores clave según su importancia y alcance. Por último, la Matriz FODA se aplicará para analizar la situación actual de la empresa y orientar la elaboración de estrategias a futuro. La combinación de estas tres matrices nos brindará un entendimiento profundo de la empresa y su contexto, lo que resulta fundamental para determinar su posición actual y trazar planes para la implementación exitosa del sistema B.

Mediante el análisis de los resultados obtenidos de estos dos instrumentos de investigación, podremos proporcionar un diagnóstico completo en respuesta a la hipótesis planteada. La combinación de la entrevista en profundidad y la encuesta nos permitirá obtener una visión integral de la empresa desde la perspectiva interna y externa, lo que nos ayudará a evaluar su viabilidad y potencial para implementar el sistema B.

Es importante destacar que ambos métodos de investigación se utilizarán de manera complementaria, ya que la entrevista en profundidad nos proporcionará una comprensión rica y detallada de la empresa, mientras que la encuesta nos permitirá obtener una visión más amplia y representativa de la percepción de los agricultores. Esta combinación nos brindará información valiosa para tomar decisiones informadas y estratégicas en relación con la implementación del sistema B en la empresa.

Técnicas como la recolección de datos con encuestas y entrevistas a diferentes agricultores del departamento y del sector agrario, entrevistas a trabajadores y director de la empresa, sitios

web, estas fuentes nos permitirán realizar un correcto diagnóstico y evaluación del impacto que generaría la implementación del Sistema B tanto en la empresa como en el recibimiento de los agricultores.

En el proceso de formulación del modelo de Sistema B para la empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente S.A.S., resulta esencial contar con una técnica efectiva de recolección de datos que permita obtener información relevante y precisa para el análisis y desarrollo del proyecto. A continuación, se presenta una ampliación de la técnica de recolección de datos propuesta, detallando cada uno de los métodos a utilizar.

Se llevarán a cabo una entrevista con el CEO de la empresa. Para comprender a fondo la perspectiva, los desafíos y las expectativas en relación con la implementación del modelo de Sistema B, esta se distribuirá tanto entre los clientes actuales como entre personas que hayan tenido algún acercamiento previo con la empresa. Entre estos últimos, se incluirán estudiantes que han realizado visitas empresariales a Tierra Viva como parte de sus actividades universitarias, así como agricultores y otros actores del sector agropecuario en el municipio de Tunja, lo anterior, con el objetivo de recopilar datos tanto cuantitativos como cualitativos acerca de la percepción que tienen los encuestados sobre los productos y servicios ofrecidos por Tierra Viva. De esta manera, se obtendrá una visión más completa y detallada de la satisfacción y experiencia de los clientes, así como de la impresión general que la empresa genera en aquellos que han interactuado con ella en algún momento.

Observación participante: Se realizarán visitas a las instalaciones de Tierra Viva para observar directamente las prácticas actuales de la empresa y el manejo de los residuos sólidos orgánicos. Este enfoque de observación participante permitirá obtener una comprensión práctica de los procesos internos de la empresa, lo que facilitará la identificación de oportunidades de mejora y eficiencia.

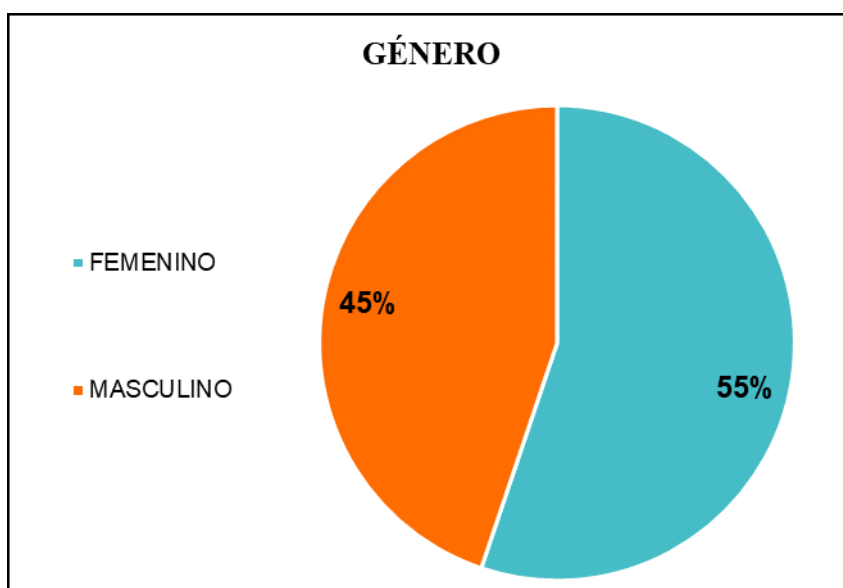
La combinación de estas técnicas de recolección de datos permitirá obtener una visión integral de la situación actual de Tierra Viva, así como comprender las necesidades y expectativas de los actores involucrados en el proyecto. Además, se aprovechará el conocimiento sobre las mejores prácticas en el campo de la sostenibilidad empresarial, obtenido a través de la revisión de literatura y estudios de caso. Estos datos serán fundamentales para formular estrategias y acciones concretas que impulsen el crecimiento sostenible de la empresa y fortalezcan su impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

10.1 RECOLECCION DE DATOS MEDIANTE ENTREVISTA

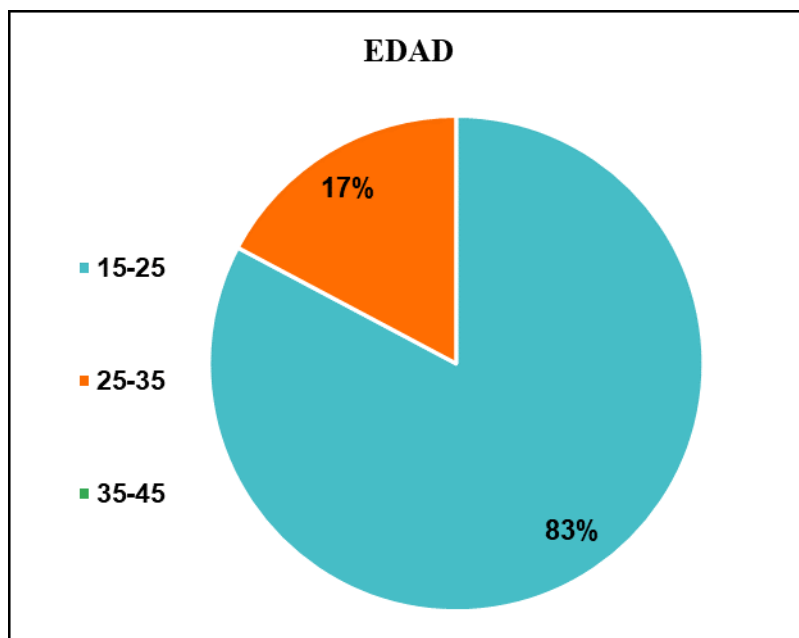
Se recopiló información proporcionada directamente por el CEO de la empresa con el objetivo de conocer su historia personal y obtener su punto de vista sobre diferentes aspectos del negocio. Esta entrevista con el máximo responsable de Tierra Viva brindó una perspectiva única y detallada sobre el desarrollo y los principios fundamentales que han impulsado el éxito y crecimiento de la empresa a lo largo del tiempo.

10.2 ANÁLISIS DE DATOS RECOLECTADOS MEDIANTE ENCUESTA.

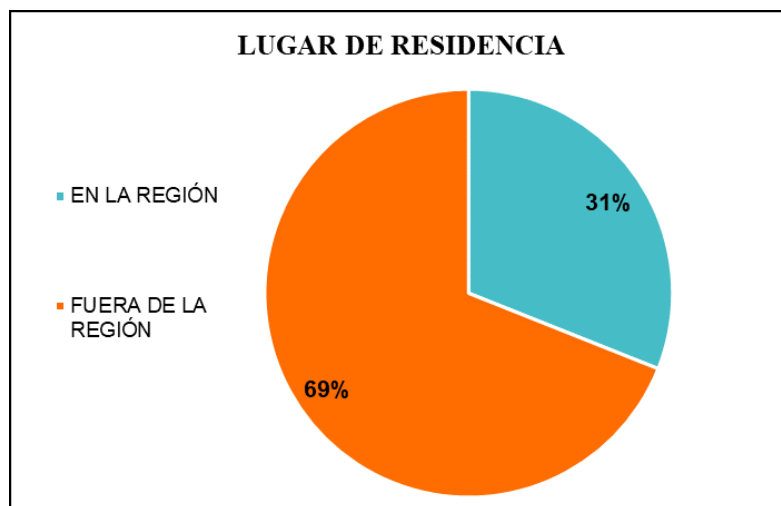
Después de recopilar datos de diversas fuentes, se procede al análisis de la información del estudio de mercados. Se considera la perspectiva de estudiantes y comerciantes de insumos agrícolas que han tenido contacto con los procesos de Tierra Viva y el comercio de abonos orgánicos.



*Gráfica 1. Distribución de Género en la Muestra de la Investigación. Representada en porcentajes.
Fuente: Investigadora (Autora).*

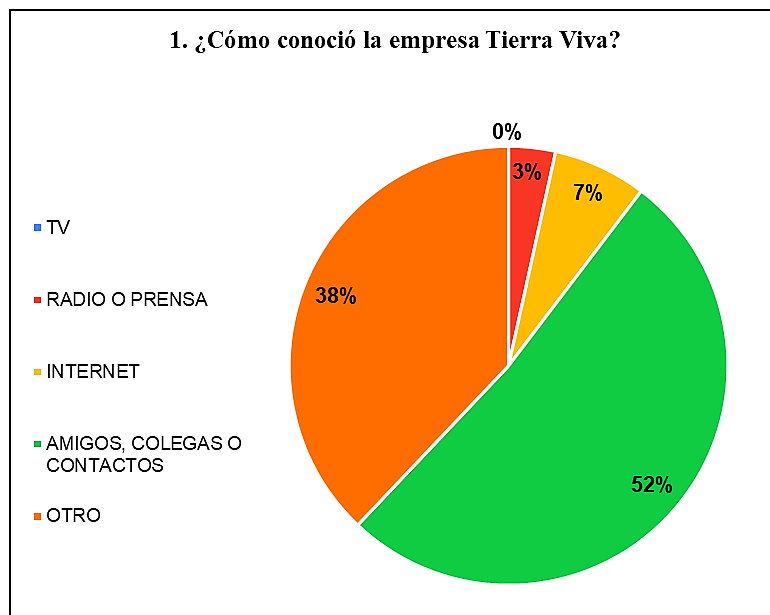


Gráfica 2. Distribución de Edades en la Muestra de la Investigación. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora)



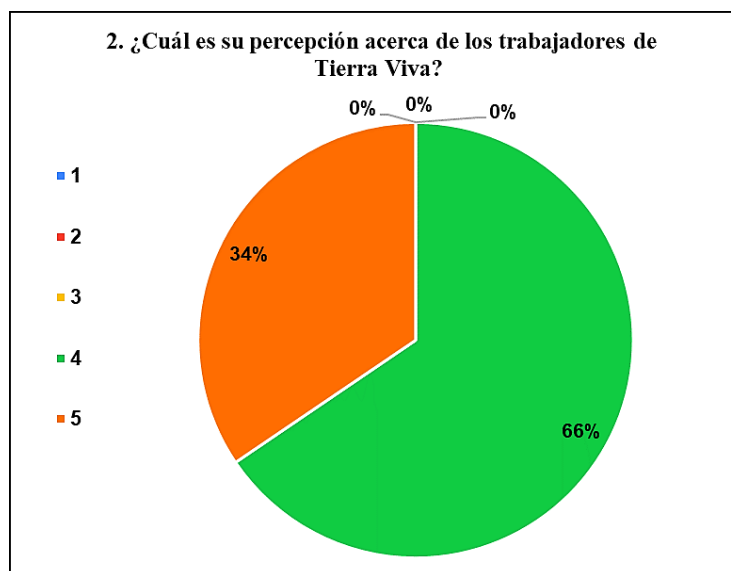
Gráfica 3. Distribución de residencia. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

De los resultados de las gráficas anteriores, podemos darnos cuenta que el 55% de los encuestados fueron mujeres y que la población estuvo entre los 15 y 25 años de edad debido a que la mayoría de los encuestados fueron estudiantes de diferentes universidades y que el 69% de ellos vienen de fuera de la ciudad.



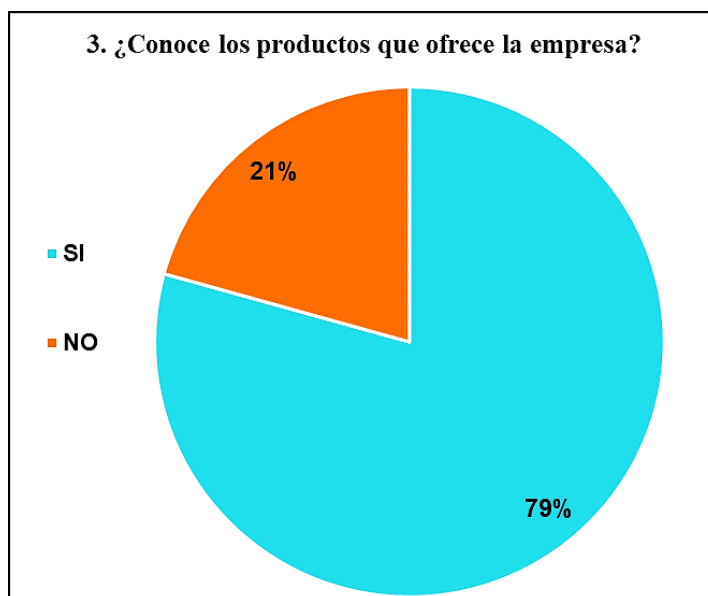
Gráfica 4. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora)

La gráfica ilustra la manera en que los encuestados conocieron Tierra Viva, el 52% de la población ha sido a través de recomendaciones personales, destacando la voz a voz como difusión de información, un 38% por participación de eventos académicos o programas educativos, el 7% a través de internet y solo el 3% por anuncios televisivos. De esta manera se logra evidencias el fuerte de la empresa ha sido las conexiones personales y la presencia en el sector educativo como promoción de la empresa.



Gráfica 5. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

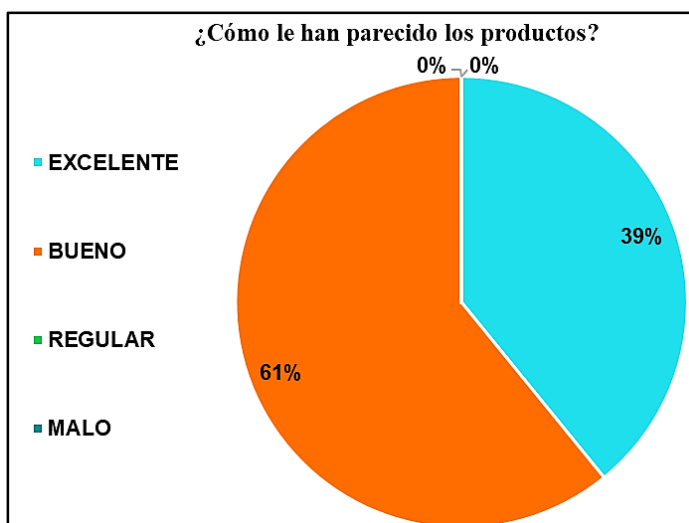
En la representación de la percepción de los trabajadores en una escala de 1 al 5, donde el 1 es el puntaje más bajo y 5 el más alto, se logra evidenciar que el 66% asignan un puntaje de 4 dejando un margen de mejora, y un 34% puntaje de 5, teniendo un resultado muy positivo, dando a entender que hay un resultado de satisfacción entre empleados.



Gráfica 6. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

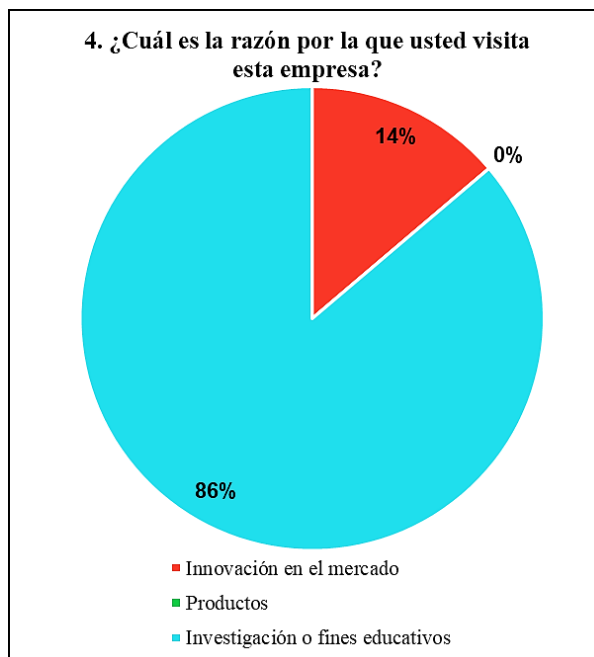
En la gráfica anterior se ve reflejado el nivel de conocimiento de externos sobre los productos, con un 79% afirmando conocerlo y un 21% declara no estar familiarizado con ellos. Siendo un indicador positivo para empresa y que va por buen camino para darse a conocer

Para la siguiente pregunta: Si su respuesta es SÍ, responder la siguiente pregunta, de lo contrario continúe con la pregunta 4.



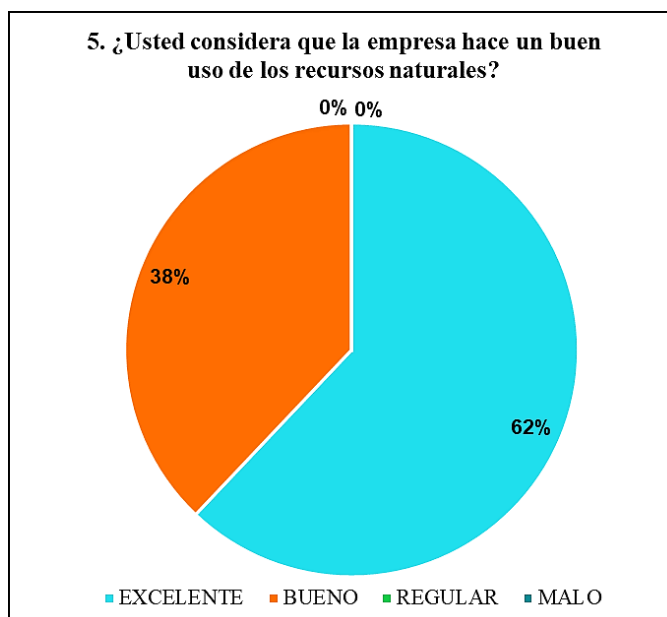
Gráfica 6.1. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

El 61% de los encuestados calificaron los productos como buenos y el 39% como excelente, dejando una margen de mejora, sin embargo, lo que sugiere los resultados es satisfacción en cuanto a la calidad y el precio del producto.



Gráfica 7. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

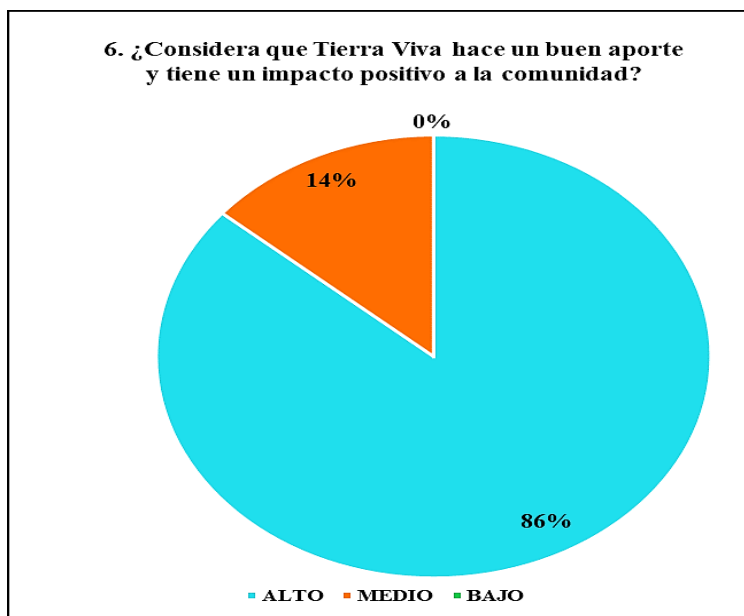
La grafica anterior ilustra el motivo por el cual visitan la empresa, demostrando que el 86% de los visitantes lo hacen con fines educativos mientras que el 14% por innovación en el mercado. Indicando que de los motivos principales que impulsa a conocer es el interés en aprender y conocer más acerca de sus operaciones y productos, demostrando que se tiene una perspectiva positiva como fuente de conocimiento y aprendizaje en su campo.



Gráfica 8. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

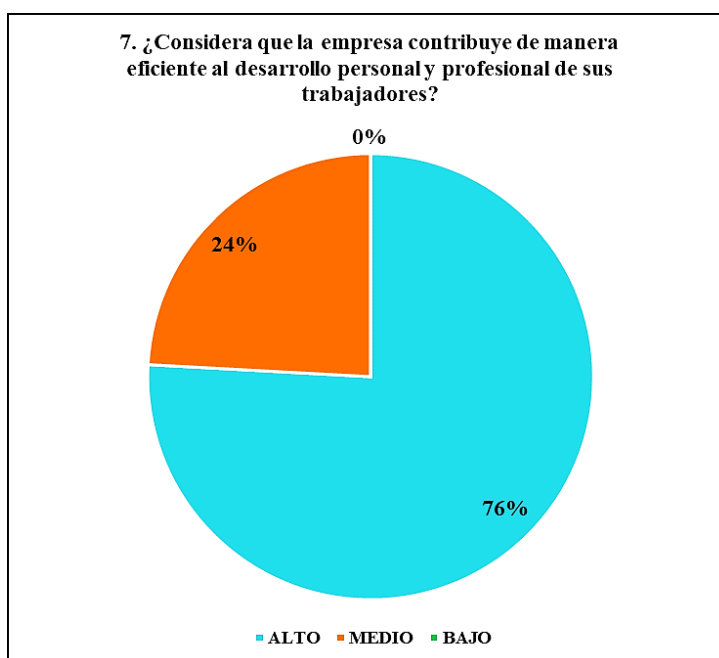
La grafica 8 ilustra la percepción de los encuestados acerca del manejo de los recursos naturales de la empresa, según los datos, el 62% considera que tiene un “excelente” manejo de

recursos naturales y el 38% como “bueno”, reflejando percepción positiva en cuanto al manejo de los residuos y responsabilidad de los recursos por parte de la empresa.



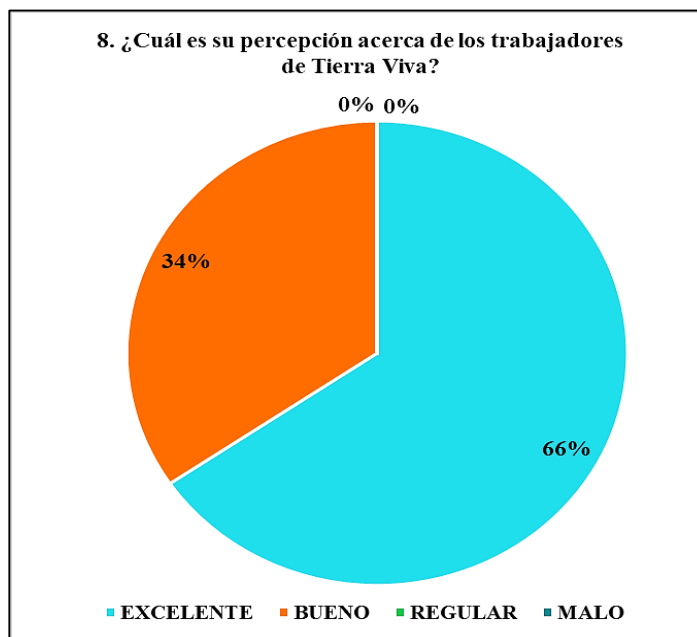
Gráfica 9. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

Según la opinión de los encuestados el 86% opina que la empresa tiene un impacto “alto” en su comunidad y el 14% la calificó como “medio”, reflejando una percepción positiva en la contribución de la empresa hacia la comunidad.



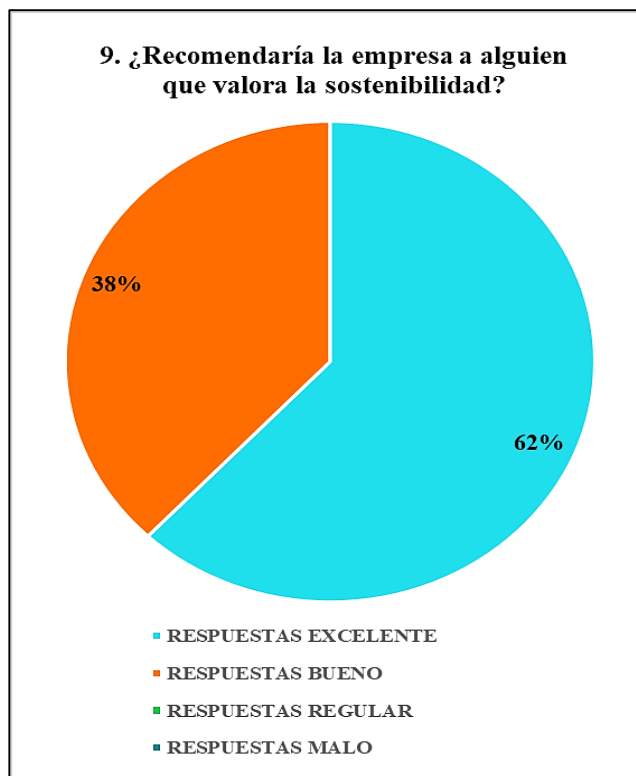
Gráfica 10. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

En la anterior grafica se puede evidenciar la percepción de los encuestados acerca de si consideran que la empresa contribuye al desarrollo personal y profesional de sus trabajadores, el 76% opina que la empresa tiene un impacto “alto” en el desarrollo personal y profesional de sus trabajadores y el 24% la calificó como “medio”. Dando a entender estos resultados que la empresa contribuye positivamente en el crecimiento y desarrollo de sus empleados.



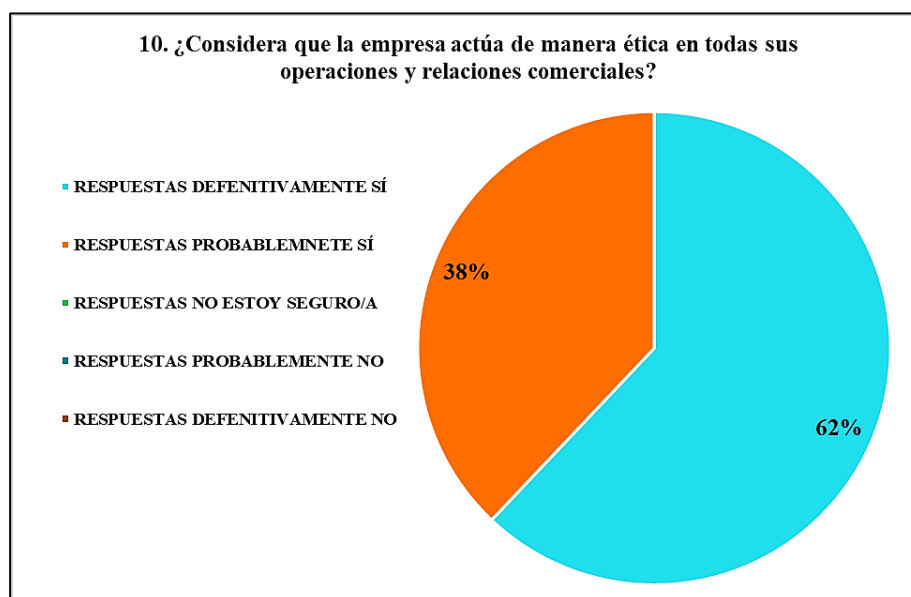
Gráfica 11. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

La grafica 11 representa la percepción de los trabajadores en relación a la empresa, el 66% considera que es “excelente” mientras que un 34% la calificó como "bueno", reflejando una respuesta positiva hacia los empleados y su percepción general de la empresa y su entorno laboral.



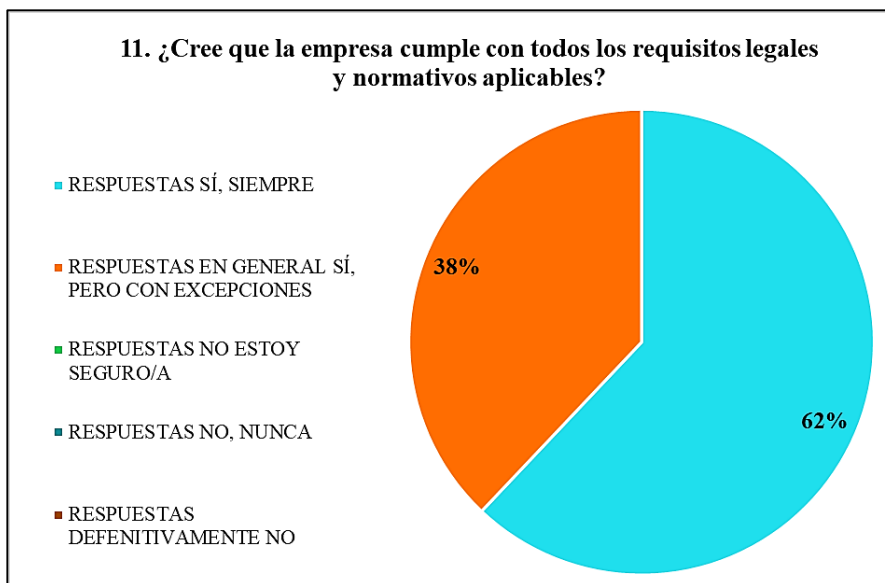
Gráfica 12. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

La grafica anterior muestra la disposición de los encuestados a recomendar la empresa a personas que valoran la sostenibilidad, el 62% está dispuesto en recomendándola de manera “excelente” y un 38% como “bueno”, la mayoría de los encuestados considera que la empresa es altamente recomendable para aquellos que buscan un enfoque sostenible en sus actividades.



Gráfica 13. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

La grafica 13 representa la percepción de los encuestados sobre si consideran que la empresa actúa de manera ética en todas sus operaciones y relaciones comerciales el 62% respondió "definitivamente sí" y el 38% "probablemente sí", estos resultados nos indican una alta confianza en la ética y la integridad de la empresa en sus prácticas comerciales.



Gráfica 14. Representada en porcentajes. Fuente: Investigadora (Autora).

En la gráfica anterior se ve reflejada la opinión de los encuestados sobre si creen que la empresa cumple con todos los requisitos legales y normativos aplicables, 62% respondió que la empresa cumple con estos requisitos "siempre" y 38% opinó que la empresa cumple "pero con excepciones", estos resultados sugieren que la mayoría confía en que la empresa cumple con sus obligaciones legales y normativas, aunque existe un porcentaje que considera que hay que hacer planes de mejora.

11. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA TIERRA VIVA, BIOABONOS Y MEDIO AMBIENTE SAS.

Tierra Viva, una empresa establecida en Tunja en 2000, ha logrado convertirse en líder en la transformación de residuos orgánicos en abono orgánico de alta calidad, destacándose desde sus inicios por su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad.

En 2003, Tierra Viva recibió el prestigioso premio nacional de reciclaje en la categoría de investigación otorgado por el Ministerio del Medio Ambiente, lo que le otorgó la responsabilidad de trabajar en actividades que promueven el uso responsable de los recursos naturales. La empresa se ha dedicado a utilizar residuos orgánicos de fuentes separadas para la producción de abono orgánico, que posteriormente es comercializado a cultivadores de diferentes sectores.

Con el objetivo de garantizar la calidad y promover buenas prácticas en la producción de abono, Tierra Viva obtuvo el registro ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) en 2005. Este registro les ha permitido cumplir con los estándares requeridos para la comercialización del abono, asegurando así su calidad.

En 2022, la empresa realizó una evaluación del impacto que generaba en el medio ambiente, obteniendo resultados positivos. Como reconocimiento a sus esfuerzos, Tierra Viva recibió el nombre de "Producto Verde" por parte de Corpoboyacá, destacando su compromiso con la sostenibilidad ambiental y confirmando su contribución positiva al entorno.

Además de su enfoque en la conservación ambiental, Tierra Viva también tiene un sólido compromiso social. La empresa se preocupa por generar empleo en la región y su política se centra en crear un entorno laboral adecuado y un impacto sostenible en las comunidades locales. El bienestar social y ambiental de los trabajadores es una prioridad para la empresa, dando un lugar secundario a los aspectos económicos.

Tierra Viva tiene una visión a largo plazo con un ambicioso plan trazado a 100 años, lo que impulsa a la empresa a buscar certificaciones y logros que cumplan con normas nacionales e internacionales. Aunque no es su máxima prioridad, reconocen la importancia de adquirir conocimientos en esta área. En un contexto de globalización y desarrollo industrial, es crucial que las empresas sean competitivas y cuenten con sellos, registros o certificados que garanticen su cumplimiento responsable en todas sus actividades.

El abono orgánico producido por Tierra Viva cumple con todas las características necesarias para el cultivo de alimentos sin la necesidad de utilizar otros fertilizantes. Además, su costo es inferior al 50% de los productos sintéticos disponibles en el mercado. Gracias a los valores agregados y la garantía que ofrece a sus clientes, la empresa ha logrado una sólida reputación. En caso de que los resultados del uso adecuado del abono no cumplan las expectativas, Tierra Viva ofrece la devolución del dinero invertido. Además, Tierra Viva ha desempeñado un papel fundamental en la promoción de la agricultura sostenible en la región.

El abono orgánico de Tierra Viva, al ser completamente natural y libre de químicos, brinda a los agricultores la posibilidad de cultivar alimentos de alta calidad y saludables, sin comprometer la fertilidad del suelo ni contaminar los recursos hídricos. Esto se traduce en productos agrícolas más nutritivos y saludables para los consumidores finales.

La empresa no solo se enfoca en su impacto ambiental, sino que también tiene un sólido compromiso con la responsabilidad social. A través de su política de contratación, Tierra Viva prioriza la contratación de personas locales, generando empleo y contribuyendo al desarrollo económico de la región. Además, implementa programas y proyectos que promueven la educación ambiental y fomentan la conciencia sobre la importancia de conservar los recursos naturales.

En cuanto a su visión a largo plazo, Tierra Viva tiene como objetivo continuar mejorando y expandiendo sus operaciones. La empresa busca constantemente oportunidades para obtener certificaciones y reconocimientos adicionales, tanto a nivel nacional como internacional. Estas certificaciones no solo validan su compromiso con la sostenibilidad y la calidad, sino que también les brindan una ventaja competitiva en un mercado globalizado, donde los consumidores están cada vez más conscientes de la importancia de elegir productos y servicios responsables con el medio ambiente.

La producción de este abono tiene un impacto significativo en la generación de empleo, tanto directo como indirecto, lo cual contribuye al desarrollo económico de la empresa y las comunidades aledañas. Además, al ofrecer el producto a un costo más accesible, se fomenta su adquisición por parte de las comunidades, promoviendo así el uso del fertilizante en la región.

Un aspecto relevante es que la empresa aprovecha de manera integral los residuos sólidos y líquidos a través de un proceso de transformación en el que participan escarabajos, los cuales descomponen los residuos y generan un abono completamente libre de químicos. Esto no solo contribuye a reducir la emisión de olores desagradables, sino que también evita la producción de gases de efecto invernadero como los óxidos de carbono y el metano.

Este enfoque natural y sostenible no solo evita impactos negativos en el medio ambiente, sino que también proporciona beneficios significativos para la economía y la sociedad en general.

Esta matriz POAM general se enfoca en los objetivos clave y las acciones necesarias para lograrlos, junto con las métricas para medir el progreso y los resultados de cada objetivo.

MATRIZ POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio)									
CRITERIOS	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Liderar la transformación de residuos orgánicos en abono		X			X		X		
Promover el uso responsable de los recursos naturales	X				X		X		
Generar empleo y bienestar en las comunidades locales	X				X			X	
Obtener certificaciones y reconocimientos		X				X	X		
Promover la adopción de prácticas de agricultura sostenible		X			X		X		
Innovación y mejora continua	X				X		X		

Tabla 1. Matriz POAM. Fuente: Investigadora.

Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)			
FACTOR CLAVE	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDAD			
Realizar alianzas con otras empresas nacionales de abono	0,15	4	0,6
Comportamiento del mercado	0,13	2	0,26
Fortalecer la marca	0,05	2	0,1
Temporadas especiales	0,07	3	0,21
Inversion extranjera	0,20	4	0,8
Ventas online	0,10	3	0,3
AMENAZA			
Ingreso de nuevos competidores	0,08	2	0,16
Empresas productoras de abono y fertilizantes quimicos	0,06	4	0,24
Bajo consumo y visita	0,06	3	0,18
Competencia desleal	0,10	4	0,4
TOTAL	1,00	TOTAL	3,25

Tabla 2. Matriz EFE. Fuente: Investigadora.

El resultado de la matriz la cual tiene un resultado de 3,25 nos da una idea que el sector externo es favorable a pesar de las amenazas que se pueden hacer a un lado para enfocarse en las oportunidades. Con lo anterior podemos deducir que los factores externos favorecen Tierra Viva, en diferentes factores como las alianzas con otras empresas tanto nacionales como internacionales. Añadiendo que el obtener diferentes certificados le aportan gran nombre a la empresa y daría la oportunidad de atraer más consumidores.

La evaluación se realiza en función del impacto del problema en la empresa y su urgencia para abordarse. Los problemas con una evaluación "Alta" requieren atención inmediata, mientras que los problemas con una evaluación "Media" pueden abordarse en un plazo razonable, las matrices anteriores ayudarán a la empresa a priorizar las intervenciones y enfocarse en las áreas más críticas para mejorar su rendimiento y sostenibilidad.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Líder en la transformación de residuos orgánicos en abono de alta calidad.	Reconocimiento y premios otorgados por su compromiso con el medio ambiente.
Compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad.	Certificaciones y reconocimientos adicionales que validen su compromiso con la sostenibilidad.
Registro ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) para garantizar la calidad del abono.	Demanda creciente por productos sostenibles y orgánicos.
Sólida reputación en el mercado debido a la calidad y garantía de sus productos.	Creciente demanda de productos agrícolas más saludables y nutritivos.
Enfoque en la responsabilidad social y generación de empleo local.	Posibles oportunidades de expandir sus operaciones y mejorar la eficiencia en la producción de abono orgánico.
Implementación de programas de educación ambiental para promover la conciencia sobre conservar recursos.	Participar en proyectos de agricultura sostenible en la región.

Tabla 3. Matriz FODA. Fuente: Investigadora.

DEBILIDADES	AMENAZAS
Dependencia de residuos orgánicos como materia prima para la producción de abono.	Posible aumento de la competencia en el mercado de abonos orgánicos.
Posibles fluctuaciones en la demanda de abonos orgánicos debido a factores estacionales y económicos.	Cambios en las regulaciones ambientales que afecten la producción y comercialización de abonos orgánicos.
Posible escasez de recursos naturales utilizados en la producción de abono orgánico.	Impactos del cambio climático en la disponibilidad y calidad de los recursos naturales para la producción de abono orgánico.
Posible competencia de nuevos actores en el mercado que ofrezcan alternativas sostenibles.	Riesgos asociados con la descomposición de residuos orgánicos y emisión de gases de efecto invernadero.
Variaciones en los precios de insumos utilizados en la producción de abono orgánico.	Posible pérdida de la reputación por problemas de calidad o incumplimiento en la entrega de productos.
Aumento en los costos de producción debido a factores externos.	Cambios en las preferencias de los consumidores o la demanda de productos agrícolas.

Tabla 3. Matriz FODA. Fuente: Investigadora.

La matriz FODA permite a Tierra Viva visualizar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, lo que les ayudará a identificar estrategias para aprovechar sus ventajas competitivas, abordar sus debilidades, capitalizar oportunidades y mitigar los riesgos asociados a su negocio. Con esta herramienta, la empresa puede tomar decisiones más informadas y planificar acciones para seguir siendo un líder en la producción de abonos orgánicos de alta calidad, promover la sostenibilidad y tener un impacto positivo en el medio ambiente y la comunidad local.

12. EVALUACIÓN DEL IMPACTO QUE EL SISTEMA B TENDRÍA EN LA EMPRESA.

La implementación del Sistema B o la obtención del certificado B tendría varios impactos positivos en la empresa Tierra Viva.

Reputación y diferenciación: Obtener el certificado B o ser reconocido como una empresa B certificada implica que Tierra Viva cumple con estándares rigurosos de desempeño social y ambiental. Esto fortalecería su reputación como una empresa comprometida con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Al obtener el sello B, Tierra Viva se diferenciaría de otras empresas en el mercado, destacando su enfoque en generar un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

Acceso a nuevos mercados y clientes: Un número creciente de consumidores muestra interés en adquirir productos y servicios de empresas social y ambientalmente responsables. Obtener el certificado B podría atraer a estos consumidores conscientes y ampliar la base de clientes de Tierra Viva. Además, algunas empresas y organizaciones prefieren asociarse con proveedores que compartan sus valores y compromiso con la sostenibilidad, lo que podría abrir nuevas oportunidades comerciales para Tierra Viva.

Mejora de la eficiencia y reducción de costos: La implementación del Sistema B implica evaluar y mejorar diversos aspectos de la empresa, como su impacto ambiental, su relación con

los empleados y la comunidad, y su gobernanza. Estas mejoras podrían conducir a una mayor eficiencia en los procesos internos de Tierra Viva, reduciendo así los costos operativos y gestionando los recursos de manera más efectiva. Por ejemplo, la adopción de prácticas sostenibles podría ayudar a optimizar el uso de energía, agua y materias primas, lo que a su vez podría reducir los costos asociados con estos recursos.

Atracción y retención de talento: Las empresas con una sólida responsabilidad social y un enfoque en la sostenibilidad suelen ser más atractivas para los empleados, especialmente para las nuevas generaciones que valoran el propósito y el impacto social. Obtener el certificado B podría ayudar a Tierra Viva a atraer y retener empleados comprometidos y motivados, lo que a su vez puede contribuir al crecimiento y éxito de la empresa.

Colaboración y sinergias: El movimiento de empresas B promueve la colaboración y el intercambio de mejores prácticas entre las organizaciones certificadas. Al obtener el certificado B, Tierra Viva se convertiría en parte de una red de empresas comprometidas con la sostenibilidad. Esto facilitaría la colaboración, el aprendizaje conjunto y la creación de sinergias con otras empresas y actores del sector. Tierra Viva podría beneficiarse de la experiencia y conocimientos compartidos, lo que podría impulsar la innovación y el crecimiento sostenible de la empresa.

Mejora de la cadena de suministro: Como parte del proceso de certificación B, Tierra Viva se verá obligada a evaluar y mejorar sus prácticas en la cadena de suministro. Esto implica

establecer relaciones con proveedores que compartan los mismos valores y estándares de sostenibilidad, lo que puede promover una cadena de suministro más responsable y ética. Trabajar con proveedores sostenibles puede generar sinergias y fomentar un enfoque conjunto hacia la sostenibilidad en toda la cadena de suministro.

Innovación y desarrollo de productos: La implementación del Sistema B impulsa a las empresas a buscar soluciones innovadoras que generen un impacto social y ambiental positivo. En el caso de Tierra Viva, esto podría significar buscar formas nuevas y creativas de mejorar sus productos y servicios. Por ejemplo, la empresa podría dedicar recursos a la investigación y desarrollo de abonos orgánicos más eficientes o explorar el uso de tecnologías más sostenibles en sus procesos de producción. Además, Tierra Viva podría considerar la diversificación hacia otros productos y servicios relacionados con la sostenibilidad, lo que podría abrir nuevas oportunidades de crecimiento.

Participación activa en la comunidad: Obtener el certificado B puede impulsar a Tierra Viva a tener una participación más activa y comprometida con la comunidad local. La empresa podría involucrarse en proyectos comunitarios, programas educativos o actividades de sensibilización sobre prácticas sostenibles. Estas acciones fortalecerían la relación con la comunidad y ayudarían a promover la adopción de prácticas más sostenibles en el entorno cercano. Además, la participación activa en la comunidad puede generar un impacto social positivo y mejorar la imagen de Tierra Viva como una empresa comprometida con el desarrollo local.

Acceso a financiamiento sostenible: Cada vez más instituciones financieras y fondos de inversión toman en cuenta los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) al evaluar a las empresas. Obtener el certificado B podría aumentar las oportunidades de Tierra Viva para acceder a financiamiento sostenible, como préstamos con tasas de interés favorables o inversiones de impacto. Este acceso a financiamiento adicional brindaría a Tierra Viva los recursos necesarios para el crecimiento de la empresa y la implementación de proyectos sostenibles a largo plazo.

Inspiración para otras empresas: Ser una empresa B certificada puede servir como un ejemplo y fuente de inspiración para otras empresas en el sector. El liderazgo de Tierra Viva en la sostenibilidad puede influir en otras organizaciones a adoptar prácticas más responsables y a buscar la certificación B. Al hacerlo, contribuiría al crecimiento del movimiento de empresas B y al impulso de un cambio más amplio hacia modelos de negocios sostenibles. Tierra Viva se convertiría en una voz influyente en la promoción de la sostenibilidad y podría desempeñar un papel importante en la transformación del sector hacia prácticas más responsables.

Estos impactos mencionados, entre otros, son posibles beneficios que Tierra Viva podría experimentar al implementar el Sistema B y obtener el certificado B. Cabe destacar que la magnitud y la forma específica de estos impactos pueden variar dependiendo de las características y las acciones tomadas por la empresa en su viaje hacia la sostenibilidad y la obtención del certificado B.

13. FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS PARA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA B.

Evaluación inicial: Durante la evaluación inicial, se realizará un análisis en profundidad de los procesos operativos, las prácticas de gestión y las políticas empresariales de Tierra Viva en relación con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Se evaluará el impacto ambiental de las operaciones, la relación con los empleados y las comunidades locales, y la gobernanza empresarial. Esto permitirá identificar las áreas de oportunidad para mejorar y establecer una base sólida para el proceso de certificación.

Compromiso de la alta dirección: El compromiso de la alta dirección implica comunicar claramente la importancia y los beneficios de obtener el certificado B a todo el personal de la empresa. Se establecerán canales de comunicación efectivos para informar y capacitar a los empleados sobre los objetivos y requisitos del Sistema B. Asimismo, se promoverá una cultura organizacional basada en la sostenibilidad y la responsabilidad social, integrando estos valores en las políticas y prácticas diarias de Tierra Viva.

Recolección de datos y métricas: Además de los KPIs establecidos, se considerará la recolección de datos cuantitativos y cualitativos relevantes para el desempeño de Tierra Viva en áreas específicas. Por ejemplo, se medirá la reducción de emisiones de carbono, el consumo responsable de recursos, la satisfacción de los empleados y las comunidades, y el impacto positivo

en la cadena de suministro. Estos datos permitirán una evaluación integral del desempeño de la empresa y facilitarán la toma de decisiones informadas.

Auditoría externa: La auditoría externa se llevará a cabo de acuerdo con los procedimientos y criterios establecidos por la entidad certificadora. Se realizará una revisión detallada de los registros, documentos y evidencia proporcionados por Tierra Viva para respaldar su cumplimiento de los estándares del Sistema B. La auditoría también puede incluir entrevistas con el personal de la empresa y visitas a las instalaciones para verificar la implementación efectiva de las prácticas sostenibles y responsables.

Mejora continua: La mejora continua implica revisar regularmente los resultados obtenidos, aprender de las experiencias pasadas y adaptar las estrategias y políticas para seguir avanzando hacia la sostenibilidad. Se realizarán evaluaciones periódicas del desempeño de Tierra Viva, y se establecerán planes de acción para abordar las áreas de mejora identificadas. La empresa también puede aprovechar la colaboración con otras empresas certificadas B para intercambiar experiencias y compartir mejores prácticas, lo que impulsará aún más su progreso en este camino.

El plan estratégico presentado anteriormente brinda a Tierra Viva una dirección clara para lograr la obtención del certificado B y fortalecer su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Sin embargo, es importante destacar que este plan debe ser adaptado y personalizado según las necesidades y circunstancias que se vayan presentando a lo largo del desarrollo de la certificación.

Es importante que la empresa busque la colaboración con expertos en el Sistema B también puede proporcionar acceso a recursos adicionales, como herramientas de evaluación y seguimiento, redes de contacto con otras empresas certificadas B y actualizaciones sobre los últimos avances en materia de sostenibilidad y responsabilidad social. Esto permitirá a Tierra Viva mantenerse al día con las mejores prácticas y adaptarse a los cambios en el panorama empresarial.

Este plan es una guía general para que Tierra Viva inicie su camino hacia la obtención del certificado B y fortalezca su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Adaptar el plan a las necesidades específicas de la empresa y buscar el asesoramiento de expertos en el Sistema B contribuirá a una implementación exitosa y a la consecución de los objetivos establecidos. Este enfoque garantizará que Tierra Viva se posicione como una empresa líder en su sector, generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

La implementación del Sistema B es un proceso complejo que requiere una planificación cuidadosa y un enfoque estratégico. Por lo tanto, se ha propuesto un breve borrador de plan de acción como un primer paso para iniciar el proceso de análisis y evaluación de la implementación del Sistema B en Tierra Viva. Este borrador de plan de acción proporciona una visión general de las etapas iniciales que deben llevarse a cabo en caso de que la empresa decida avanzar en la implementación del Sistema B.

Es importante destacar que este plan de acción inicial es flexible y puede adaptarse a las necesidades y circunstancias específicas de Tierra Viva. La implementación exitosa del Sistema B requerirá una revisión y refinamiento continuos a medida que la empresa avance en este proceso.

El propósito de este plan de acción inicial es brindar una hoja de ruta preliminar que incluya las primeras etapas para evaluar el compromiso de Tierra Viva con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Esto incluye la evaluación de su impacto ambiental, su relación con los empleados y las comunidades locales, y su gobernanza empresarial.

A medida que Tierra Viva avance en la implementación del Sistema B, se espera que este plan de acción inicial se desarrolle y se complemente con detalles más específicos sobre las acciones a tomar, los plazos, los recursos necesarios y las métricas de seguimiento. La colaboración con expertos en el Sistema B y la consulta con organizaciones y empresas certificadas B pueden ser pasos valiosos para garantizar una implementación efectiva y exitosa.

FASE	ACCIONES	DESCRIPCIÓN DE LA FASE
1. Evaluación Inicial	Análisis Integral	Análisis profundo de procesos, políticas y prácticas relacionadas con sostenibilidad y responsabilidad.
	Identificación de Áreas de Oportunidad	
2. Compromiso de la Alta Dirección	Comunicación Interna	Informar y capacitar a empleados sobre los objetivos y requisitos del Sistema B.
	Integración en la Cultura Organizacional	
3. Recolección de Datos y Métricas	Establecimiento de KPIs	Definir indicadores clave de desempeño.
	Recolección de Datos	Cuantitativos y cualitativos relevantes.
4. Auditoría Externa	Preparación para la Auditoría	Por una entidad certificada.
	Auditoría Externa	
5. Mejora Continua	Evaluaciones Periódicas	Evaluación continua del desempeño.
	Colaboración y Aprendizaje	Colaboración con empresas certificadas B y mejora de la cadena de suministro.

14. CONCLUSIONES

El proyecto de obtención del certificado B para Tierra Viva representa un paso significativo en su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. El diagnóstico inicial en la empresa Tierra Viva, Bioabonos y Medio Ambiente SAS permitió identificar áreas de oportunidad para mejorar y establecer una sólida base para el proceso de certificación. El compromiso de la alta dirección garantiza que todos los empleados estén informados y capacitados sobre los objetivos y requisitos del Sistema B, promoviendo una cultura organizacional basada en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Tierra Viva no solo es una empresa que busca el crecimiento y la mejora continua de sus operaciones, sino que también se erige como un modelo a seguir en cuanto a sostenibilidad y responsabilidad corporativa. Su constante búsqueda de certificaciones y reconocimientos, tanto a nivel nacional como internacional, refleja su firme compromiso con la calidad y la sostenibilidad, dos pilares esenciales en la actualidad.

Esta empresa no solo se destaca por su éxito económico, sino también por su profundo impacto positivo en su entorno, el medio ambiente y la sociedad en general. A través de su labor, Tierra Viva demuestra que es posible alcanzar el éxito empresarial al mismo tiempo que se contribuye al bienestar de la comunidad y se promueve una mayor conciencia sobre la importancia de cuidar nuestro planeta. En un mundo cada vez más preocupado por la sostenibilidad, Tierra Viva ejemplifica cómo las empresas pueden prosperar mientras cumplen un papel fundamental en la construcción de un futuro más sostenible y responsable.

La implementación del Sistema B y la obtención del certificado B representan una oportunidad significativa para Tierra Viva en varios frentes. En primer lugar, esta iniciativa fortalecería la reputación de la empresa como un referente en sostenibilidad y responsabilidad corporativa, lo que a su vez podría atraer a nuevos clientes y abrir puertas a nuevos mercados. Además, la búsqueda de la certificación B podría impulsar mejoras internas, aumentando la eficiencia y reduciendo costos operativos.

En términos de gestión de recursos humanos, la certificación B podría ayudar a Tierra Viva a atraer y retener talento comprometido con la sostenibilidad, lo que contribuiría al crecimiento de la empresa. La colaboración y la innovación se fomentarían a través de su participación en la red de empresas B, lo que podría conducir a la mejora de la cadena de suministro y al desarrollo de productos más sostenibles.

La certificación también podría inspirar a otras empresas en el sector a seguir el camino de la sostenibilidad, contribuyendo así a la transformación del sector hacia prácticas más responsables. En última instancia, la implementación del Sistema B y la obtención del certificado B podrían posicionar a Tierra Viva como una empresa líder no solo en términos económicos, sino también en su compromiso con el bienestar de la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en general.

La recolección de datos y métricas, incluidos los KPIs (indicadores de calidad o indicadores clave de negocio) establecidos, proporcionará una evaluación integral del desempeño de Tierra Viva en áreas clave, como la reducción de emisiones de carbono, el consumo responsable de recursos y el impacto positivo en la cadena de suministro. La auditoría externa garantizará la revisión detallada y objetiva del cumplimiento de los estándares del Sistema B.

La mejora continua será un pilar fundamental para Tierra Viva, permitiéndoles aprender de experiencias pasadas y adaptar estrategias y políticas para avanzar constantemente hacia la sostenibilidad. La colaboración con otras empresas certificadas B proporcionará valiosos recursos adicionales y oportunidades de aprendizaje, impulsando aún más el progreso de Tierra Viva en su camino hacia la sostenibilidad.

Si bien el plan presentado es una guía general, su adaptación y personalización según las necesidades específicas de la empresa asegurarán una implementación exitosa y el logro de los objetivos establecidos. La búsqueda de asesoramiento de expertos en el Sistema B proporcionará acceso a recursos adicionales y conocimientos actualizados, manteniendo a Tierra Viva a la vanguardia de las mejores prácticas en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

Con este enfoque, Tierra Viva no solo se posicionará como líder en su sector, sino que también generará un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. La empresa se convertirá en un modelo a seguir para otras organizaciones y demostrará cómo es posible alcanzar el éxito

empresarial a la vez que se protege y conserva el entorno natural y se promueve el bienestar social de las comunidades locales. La obtención del certificado B reforzará la posición de Tierra Viva como una empresa comprometida con un futuro sostenible y responsable, y fortalecerá su capacidad para enfrentar los desafíos del panorama empresarial actual con una visión a largo plazo y enfoque responsable.

15. RECOMENDACIONES

En primera instancia, para obtener el certificado B, se debe reconocer si la empresa es elegible para iniciar el proceso de empresa B, haciendo un análisis profundo del equipo, teniendo en cuenta los diferentes requisitos básicos los cuales se considera que la empresa cumple, a continuación, se presentará un listado de los requisitos básicos que la empresa cumple hasta el momento:

1. Elegibilidad

1.1. Tener fines de lucro.

1.2. Tener 12 meses de operación.

1.3. Y tener un negocio completo y distinto con responsabilidad legal, ejecutiva control sobre la compra y el impacto de la cadena de suministro, asimismo tener un estado de resultados que coincida con las operaciones de la organización.

2. Conocer en qué sector se clasifica la empresa y cuál es su medición

2.1. La empresa se clasifica como una empresa de servicios y productos con menor huella ambiental debido a que su enfoque se centra en la producción y comercialización de abono orgánico de alta calidad a partir de residuos orgánicos.

3. Registro adecuado de los trabajadores

Se considera que la empresa puede realizar la siguiente fórmula para poder calcular el tiempo equivalente para dar a conocer tanto la fuerza laboral de la empresa según su tamaño como los tipos de contratos que tienen con sus trabajadores.

$$\# \text{ de trabajadores} \times \frac{\# \text{ de horas trabajadas por semana}}{\text{Total de horas trabajadas por 1FTE}^*} \times \frac{\# \text{ de meses trabajados en el año}}{12 \text{ (meses en 1 año)}}$$

*Equivalente al tiempo estandarizado en su país

Fuente: Impact Assessment (kb.bimpactassessment.net, 2020)

En conclusión, se considera que la empresa cumple con varios de los requisitos básico para empezar con el proceso de certificado B, así mismo con los datos recolectados y las conclusiones anteriormente presentadas se recomienda lo siguiente:

- Es esencial que la alta dirección de Tierra Viva mantenga su rol de liderazgo activo en el proceso de adquirir el certificado, es necesario que se siga manteniendo y transmitiendo el buen manejo de los recursos naturales y de su compromiso social con la comunidad cercana a la organización, de tal manera garantice calidad en sus productos y responsabilidad con sus colaboradores.
- Es necesario que la empresa este bien organizada y preparada para una auditoria interna, es decir, preparen todos los documentos y evidencias necesarias con antelación y asegurarse de cumplir con los requisitos que se exigen para ser certificado B.
- Es imprescindible que la empresa busque asesoría de expertos en el tema y mantenerse actualizados en tendencias y novedades en sostenibilidad y responsabilidad socioambiental, de esa misma manera aprovechar todas las oportunidades que puedan para adquirir conocimientos adicionales y mantenerse informado sobre las mejoras en prácticas del campo.
- Una vez que la empresa haya adquirido el certificado es esencial comunicar el logro tanto interna como externamente, ya que esto fortalecerá la posición de la compañía como líder en términos de sostenibilidad y responsabilidad, generando un efecto positivo en la imagen de la marca y de antemano traer más consumidores y empleados que prioricen la sostenibilidad, permitiendo el crecimiento y mejor desarrollo de la empresa.
- Junto con las prácticas corporativas, resulta de relevancia que Tierra Viva mantenga su compromiso en involucrar a la comunidad local en sus iniciativas de sostenibilidad. Esto

podría abarcar desde programas educativos hasta proyectos en colaboración, así como la promoción de la sostenibilidad dentro de la comunidad.

Referencias

Abramovay, R., Correa, M. G., & Van Hoof, B. (Octubre de 2013). *emilleropacifico.uniandes.edu.co*.

Obtenido de

[https://semilleropacifico.uniandes.edu.co/images/document/emprendimientos/Empresas-B-](https://semilleropacifico.uniandes.edu.co/images/document/emprendimientos/Empresas-B-SURAMERICA-2013.pdf)

[SURAMERICA-2013.pdf](https://semilleropacifico.uniandes.edu.co/images/document/emprendimientos/Empresas-B-SURAMERICA-2013.pdf)

AIM2flourish. (s.f.). Obtenido de [https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-innovation-](https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-innovation-innovaci%C3%B3n-tierra-viva)

[innovaci%C3%B3n-tierra-viva](https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-innovation-innovaci%C3%B3n-tierra-viva)

Aim2flourish.com. (2021). Obtenido de AIM2Flourish. [https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-](https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-innovation-innovaci%C3%B3n-tierra-viva)

[innovation-innovaci%C3%B3n-tierra-viva](https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-innovation-innovaci%C3%B3n-tierra-viva)

Amat, O. (Mayo de 2020). *Harvard Deusto*. Obtenido de [https://www.harvard-deusto.com/triuna-las-](https://www.harvard-deusto.com/triuna-las-empresas-con-proposito-mas-alla-de-los-beneficios-van-mejor)

[empresas-con-proposito-mas-alla-de-los-beneficios-van-mejor](https://www.harvard-deusto.com/triuna-las-empresas-con-proposito-mas-alla-de-los-beneficios-van-mejor).

APnews. (22 de 11 de 2022). Obtenido de

<https://apnews.com/article/2cf05e361a13af459eb7e6855e465cb8>.

App Header. (10 de 15 de 2019). Obtenido de [http://drupalco.natura.com/blog/sustentabilidad/b-corp-](http://drupalco.natura.com/blog/sustentabilidad/b-corp-la-certificacion-comprueba-que-natura-avala-el-crecimiento-y-la-promocion-del-bien-estar-bien)

[la-certificacion-comprueba-que-natura-avala-el-crecimiento-y-la-promocion-del-bien-estar-bien](http://drupalco.natura.com/blog/sustentabilidad/b-corp-la-certificacion-comprueba-que-natura-avala-el-crecimiento-y-la-promocion-del-bien-estar-bien)

Autora, 2. (s.f.).

Bancolombia. (31 de Octubre de 2019). *www.bancolombia.com*. Obtenido de <https://www.bancolombia.com/wps/portal/innovacion/sostenibilidad/empresas-b>

Bancolombia.com. (21 de Julio de 2023). Obtenido de <https://www.bancolombia.com/wps/portal/innovacion/sostenibilidad/empresas-b>.

Blab. (2023). *www.bcorpSpain.es*. Obtenido de <https://www.bcorpSpain.es/ser-bcorp>

Comunicarse. (14 de Julio de 2022). *www.comunicarseweb.com*. Obtenido de <https://www.comunicarseweb.com/noticia/sistema-b-supero-las-900-empresas-b-certificadas-en-latinoamerica>

Corea, M. (2019). *scioteca.caf.com*. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1436/Sistema%20B%20y%20las%20empresas%20B%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20Un%20movimiento%20social%20que%20cambia%20el%20sentido%20del%20%C3%A9xito%20empresarial%20%EF%BB%BF.pdf>

docs.google.com. (2023). Obtenido de https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vQpMXvGkDJVGq-rv0rTRXNkxBPmypXxJszSECGxP6WoY9ZruapWMCYIVUEIO7n77C7ra6JcsaseOPor/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.g25629e278c2_0_16

Editorial RSY. (20 de Agosto de 2022). *responsabilidadsocial.net*. Obtenido de <https://responsabilidadsocial.net/empresas-de-triple-impacto-que-son-pilares-y-ejemplo/>

El Espectador. (12 de 12 de 2022). Obtenido de <https://www.elespectador.com/especiales/proteccion-ambiental-y-recirculacion-pilares-para-un-futuro-sostenible/>

Emprendedores. (22 de Septiembre de 2022). *www.comunicarseweb.com*. Obtenido de <https://www.comunicarseweb.com/node/36471>

Flourish Global Discovery of Business for Good. (2021). *Aim2flourish.com*. Obtenido de AIM2Flourish. <https://aim2flourish.com/innovations/tierra-viva-innovation-innovaci%C3%B3n-tierra-viva>

Gabriela, V. (31 de Marzo de 2023). *Revista P&M*. Obtenido de www.revistapym.com.co

Harvard Deusto. (2020). TRIBUNAS: ¿Qué significa ser una empresa con propósito? *Harvard Deusto*, 300.

IMPAQTO. (06 de Junio de 2022). *www.impacto.net*. Obtenido de <https://www.impacto.net/que-son-las-empresas-de-triple-impacto/>

Ivan, B. M. (4 de Junio de 2022). *www.larepublica.co*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/por-que-diferentes-empresas-en-colombia-le-apuestan-a-una-certificacion-b-3377019>

Jarro, M. (2020). *Plan de negocio*. Tunja: USTA.

Juan Valdez. (2023). *juanvaldez.com*. Obtenido de <https://juanvaldez.com/certificacion-empresa-b/>

kb.bimpactassessment.net. (11 de Jun de 2020). Obtenido de <https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574690-calculating-your-full-time-equivalency-fte-workforce-to-determine-your-track-size>

Muler, P. (2023). *Ri.unsam.edu.ar*. Obtenido de <https://ri.unsam.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/1868/TFPP%20EEYN%202021%20CL-DN-SE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Narvaez, M. (02 de Enero de 2023). <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-de-investigacion-cualitativo/>. Obtenido de www.questionpro.com

Olmos, X. (2019). [repositorio.cepal.org](https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c84889c0-2bc4-4a20-8902-c01f337101b5/content). Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c84889c0-2bc4-4a20-8902-c01f337101b5/content>

Ortega, C. (28 de Junio de 2018). [www.questionpro.com](https://www.questionpro.com/blog/es/diferencia-entre-el-metodo-cuantitativo-y-cualitativo-decide-cual-necesitas/). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/diferencia-entre-el-metodo-cuantitativo-y-cualitativo-decide-cual-necesitas/>

Pacto social por Boyacá. (2020 - 2023). Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>

Penagos Vargas JW, A. B. (2011). Reducción de los Residuos Sólidos Orgánicos en Colombia por medio del Compostaje Líquido. *Revista UniLibre*.

Portafolio. (21 de Febrero de 2015). Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-b-movimiento-alla-metas-financieras-31118>

PricewaterhouseCoopers Consultores Auditores SpA. (2020). [www.pwc.com](https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/2020/Estudio-Empresas-con-Proposito-PwC.pdf). Obtenido de <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/2020/Estudio-Empresas-con-Proposito-PwC.pdf>

Rodríguez G, B. (1 de Mayo de 2021). [dialnet.unirioja.es](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6579711). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6579711>

Ruiz, A. (29 de 12 de 2022). *MARKETING ECOMMERCE*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/que-es-la-certificacion-b-corp-que-empresas-espanolas-apuestan-por-este-sello-de-la-sostenibilidad/>

Sistema B. (2023). Obtenido de <https://www.sistemab.org/nueva-economia/>

Terramarte. (2023). *terramarte.com.co*. Obtenido de <https://terramarte.com.co/empresas-b/>

Tierra Viva Escarabajos. (s.f.).

Tierra Viva. (s.f.). *tierravivaescarabajos.com*. Obtenido de <https://tierravivaescarabajos.com/about>

Tierravivaescarabajos.com. (s.f.). Obtenido de <https://tierravivaescarabajos.com/about>

16. ANEXOS



Anexo 1. Procesos de compostaje empresa Tierra Viva. Fuente: Investigadora



Anexo 2. Procesos de compostaje empresa Tierra Viva. Fuente: Investigadora



Anexo 3. Procesos de compostaje empresa Tierra Viva. Fuente: Investigadora



Anexo 4. Procesos de compostaje empresa Tierra Viva. Fuente: Investigadora



Anexo 5. Resultados del abono. Fuente: Investigadora



Anexo 6. Algunos productos para la venta. Fuente: Investigadora



Anexo 7. Procesos de desarrollo del escarabajo y productos para la venta. Fuente: Investigadora



Anexo 8. CEO de Tierra Viva. Fuente: Investigadora.



Anexo 9. Abono orgánico en sus diferentes presentaciones. Fuente: Investigad

17. FORMATO DE LA ENCUESTA

FORMULARIO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE CIENCIAS BÁSICAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESTUDIANTE: Maria Paz Pico Calvo

La siguiente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio para la incorporación del modelo de sistema B, en la empresa Tierra Viva, y Medio Ambiente S.A.S, de la ciudad de Tunja, con el fin de concluir el proyecto de grado.

GENERO: F__ M__

EDAD: 15-25__ 25-35__ 35-45__ Más de 45__

LUGAR DE RESIDENCIA

- En la Región
- Fuera de la Región

1. ¿Cómo conoció la empresa Tierra Viva?

- Tv
- Radio o prensa
- Internet
- Amigos, colegas o contactos
- Otro _____

2. ¿De uno a cinco cuál es su percepción acerca de los trabajadores de Tierra Viva?

Siendo uno el más bajo y cinco el más alto

o 1 o 2 o 3 o 4 o 5

3. ¿Conoce los productos que ofrece la empresa?

Sí

No

Si su respuesta es SÍ, responder la siguiente pregunta, de lo contrario continúe con la pregunta 4.

¿Cómo le han parecido los productos?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

4. ¿Cuál es la razón por la que usted visita esta empresa?

Innovación en el mercado

Productos

Investigación o fines educativos

5. ¿Usted considera que la empresa hace un buen uso de los recursos naturales?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

6. ¿Considera que Tierra Viva hace un buen aporte y tiene un impacto positivo a la comunidad?

Alto

Medio

Bajo

7. ¿Considera que la empresa contribuye de manera eficiente al desarrollo personal y

profesional de sus trabajadores?

Alto

Medio

Bajo

8. ¿Cuál es su percepción acerca de los trabajadores de Tierra Viva?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

18. ENTREVISTA REALIZADA

La siguiente entrevista se realizó en la empresa Tierra Viva, el entrevistado fue el **CEO** de la empresa, el Sr. German Viasus. A continuación, estará transcrita la entrevista.

Estudiante: Buenos días. Estoy con el Señor German, en este momento le haré unas preguntas, ¿Usted me permite grabar la entrevista?

CEO: Sí, claro.

Estudiante: ¿Usted tiene algún tipo de compromiso o de certificado que tenga que ver con la responsabilidad socio ambiental?

CEO: Eh, la empresa se crea en el año 2000 ante cámara y comercio y todo lo que requiere en Colombia de la parte legal, en 2003 adquirimos un premio nacional de investigación en categoría de reciclaje y de investigación del ministerio del medio ambiente, y esto es una responsabilidad grande, siempre buscando actividades que tengan que involucrar el uso de recursos naturales, pero para el caso nuestro, usamos residuos orgánicos que provienen de fuentes separadas, y desde el año 2000 en nuestra empresa transformamos estos residuos en abono orgánico que se comercializa para cultivadores, adicionalmente en el año 2005 la empresa adquiere el registro ante el ICA que nos compromete a tener buenas prácticas en el abono para poderlo comercializar como son todas las propiedades que debe cumplir y requisitos para tener ese registro ICA y recientemente 2022 la empresa adquiere para el producto abono orgánico el nombre de producto verde Corpoboyacá en categoría avanzada, ya que se evaluó qué tanto impacto ambiental causábamos y el resultado fue un impacto positivo. Este fue el último en cuanto a compromisos, sin embargo, los trabajadores son de la región y las políticas están en caminadas a que se genere un medio ambiente apropiado y un impacto sostenible para las comunidades alrededor, para

nosotros es más importante que los trabajadores tengan el bienestar social y ambiental y no tanto la parte económica, ya que esto viene siendo secundario para nosotros.

Estudiante: Teniendo en cuenta todo lo que ha dicho, ¿Cómo considera usted que ha sido el desempeño de la empresa en cuanto al impacto positivo, ya sea en relación de los trabajadores, de la comunidad, de consumidores y del medio ambiente?

CEO: En el mercado actual y de la crisis de los fertilizantes en el mundo nosotros tenemos un abono orgánico que cumple con todas las características de producir alimentos sin necesitar otros fertilizantes y tenemos un costo que esta por menos del 50% de lo que vale un producto sintético, con los valores agregados de que nosotros entregamos un material con garantía a los clientes, que si no les funciona usándolo adecuadamente se les devolverá el dinero que invirtieron, eso principalmente, y en segunda instancia los beneficios redundan en que estamos generando empleos directos e indirectos, y a las comunidades se les da unos costos por debajo de los valores comerciales que usamos, con el fin de estimular el uso del fertilizante de toda la comunidad vecina a Tierra Viva.

Estudiante: ¿Y a largo plazo tiene proyectos o planes en cuanto a tener un sello o certificado con responsabilidad socio ambiental?

CEO: La empresa en 2022 cumplido 20 años de haberse fundado y esta trazada en un proyecto a 100 años, entonces todo el tiempo estamos buscando no certificaciones porque esa nos las dan los clientes, pero todo lo que tenga que ver con que lo debemos dar en cabalidad a las normas nacionales e internacionales, estamos dispuestos hacerlo, sin embargo, no es para nosotros una prioridad, pero si sería importante poseer todo lo que tenga que ver con certificaciones pues ya que la globalización de la industria de empresa tiene que ver que las empresas sean

competitivas, de esa forma, teniendo esos registros o sellos que garantizan que la empresa está cumpliendo con la responsabilidad social y ambiental en todas sus actividades.

Estudiante: ¿Usted hace alguna contribución sin ánimo de lucro a fundaciones, ONG, o proyectos?

CEO: La empresa actualmente tiene un programa para conocer este proceso ya que se puede aplicar a cualquier comunidad sea rural o urbana, entonces nuestro plan consiste principalmente en reducir en 50% el valor de la tarifa haciendo que las personas traigan sus residuos orgánicos, haciendo que ellos hagan acciones por el medio ambiente y además usamos una moneda digital que también garantiza que el medio ambiente se preserve entonces esa es la parte que simulamos principalmente, pero además a colegios y universidades les estamos colaborando para hacer implementaciones de nuestro proceso, de tal forma que ellos puedan tener beneficios,

Estudiante: ¿Cómo ha sido la presencia de ustedes en diferentes comunidades como educativas, en el área público, empresarial, con sus competidores y demás?

CEO: El abono orgánico de escarabajos no tiene competencia a nivel mundial, es único en el mundo, sin embargo lo que nosotros tratamos es de tener un abono con las comunidades, y en las estudiantiles siempre estamos con las puertas abiertas para el desarrollo de práctica empresarial o lo que tenga que ver con pasantías en el área ambiental, entonces constantemente estamos haciendo alianzas y trabajos estratégicos con comunidades y universidades, sin embargo esta es una empresa privada que no recibe recursos de las entidades del estado, entonces lo que podemos hacer es poco, es un granito de arena lo que aportamos para que la empresa haga algún impacto ambiental, social y que la mano que tenga todo haciendo un trabajo conjunto con las comunidades,

buscando que sean muchos se apersonen. Se está abriendo un programa que se llama eco ambientalistas que le enseñamos a niños y jóvenes de diferentes lugares de Colombia, cómo cultivar en casa tomates, fresas y otros productos que se pueden hacer con el abono orgánico de escarabajos, este es un plan que lo va a cubrir directamente la empresa.

Estudiante: ¿Usted ha tendió conocimiento o acercamiento que tenga que ver con el sistema o certificado B, ¿Y cómo le ha parecido el tema para implementarlo en la empresa?

CEO: Desde el año 2000 que empiezo a planear la creación de la empresa, he escuchado los lineamientos de las naciones unidas, buscan que se cumplan los objetivos de desarrollo sostenible que son 17, nosotros aplicamos para 8 de ellos, con acciones que desarrollamos y además sabemos que esa certificaciones como un sello verde o la certificaciones del plan del sistema B van a redondear en muchos beneficios, sin embargo queda corto ya que se requiere acompañamiento quizás de una universidad y que podamos llevarlo a otro nivel practico donde se pueda aplicar en universidad, empresa y comunidad, de tal manera que dé como resultado que se buscó que se lograra hacer estas acciones por las comunidades y el medio ambiente, entonces ahí es donde pienso que se debe hacer más fuerte este proceso de buscar el estudio se pueda aplicar en empresas como Tierra Viva, o cualquier empresa, donde sí se lleve a la práctica esa adopción del estudio B para la empresa.

Estudiante: Bueno. Agradezco su tempo, por permitirme hacerle estas preguntas, por permitirme hacerle esta entrevista.

CEO: Ok, con gusto.