

Módulo 6

Negocios Verdes Inclusivos y Competitivos



Menú

Tabla de Contenido

- 1 Objetivos de aprendizaje
- 2 Introducción
- 3 Conceptos claves
- 4 Negocios Verdes Inklusivos y Competitivos
 - 4.1. Modelo de negocio.
 - 4.2. Fuentes de financiación e inversión para los negocios verdes.
 - 4.3. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.
 - 4.4 Comercialización de negocios verdes e inclusivos.
- 5 Resumen



1. Objetivos de aprendizaje

¡Los Negocios Verdes e Inclusivos, pueden ser competitivos!



En esta sesión podrás obtener una ruta de fortalecimiento para lograr que los negocios verdes e inclusivos mejoren su competitividad.

Ofrece a empresarios y emprendedores herramientas de financiación, comercialización y fortalecimiento del negocio.

2. Introducción

Existen oportunidades importantes para que los negocios verdes e inclusivos puedan posicionarse como sector estratégico en la economía nacional. En esta sesión podrás conocer aspectos importantes que pueden ayudar mejorar indicadores de competitividad en un negocio, aprovechando las oportunidades de financiación-inversión, innovación y comercialización.

La sostenibilidad de un modelo de negocio depende de factores que enlazados, generen dividendos apropiados para las exigencias actuales del mercado. Elementos como la gobernanza empresarial, creación de alianzas estratégicas, la cohesión empresarial, la selección de correctos mecanismos de financiación, un buen manejo de flujo de caja, el reconocimiento de la oferta y la demanda y mecanismos de comercialización eficaces, permite a un modelo de negocio verde e inclusivo competir con grandes marcas y posicionarse de forma adecuada en un mercado cada vez más competitivo.

Las A.A. y las ventanillas de negocios verdes con este módulo, podrán orientar a emprendedores en los procesos de mejoramiento para lograr un mejor desempeño de los negocios.

3. Conceptos claves

Durante esta sesión nos centraremos en conceptos relacionados con competitividad, modelos de negocios rentables y responsables, inversión y financiación. Estos conceptos son fundamentales para lograr identificar oportunidades para que los negocios verdes e inclusivos sean competitivos.

Competitividad:

Según el documento CONPES 3439 de 2006, la competitividad de una nación se define como: “el grado en el que un país puede producir bienes y servicios capaces de competir exitosamente en mercados globalizados y a la vez mejorar las condiciones de ingreso y calidad de vida de su población. La competitividad es el resultado de la interacción de múltiples factores relacionados con las condiciones que enfrenta la actividad empresarial y que condicionan su desempeño, tales como infraestructura, recursos humanos, ciencia y tecnología, instituciones, entorno macroeconómico, y productividad.”

Modelo de negocio:

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles (Osterwalder, 2004).

Creación, fortalecimiento e inversión en negocios de alto impacto social positivo:

Las organizaciones pueden operar de manera responsable, aumentar su competitividad y generar valor para sus grupos de interés prioritarios a través de la creación de nuevos negocios que generen impactos sociales y/o ambientales positivos para su entorno, sin ser costos, sino factores de rentabilidad.



Emprendimiento social:

Iniciativa que genera negocios combinando soluciones innovadoras y sostenibles para los problemas más apremiantes de la sociedad. (Adaptado de Ashoka (s.f.).

Fondos de inversión de impacto:

Entidades que realizan inversiones con el fin de apoyar y promover iniciativas que generen un impacto social y ambiental positivo en su entorno, mientras que buscan un retorno económico de la inversión.

Inversión impacto:

El concepto plantea que “los inversionistas esperan recuperar el capital invertido a tasas iguales o inferiores a las del mercado, en búsqueda de retorno económico y social, que son inherentes a las actividades de la organización en la que se invirtió” (Rangan, Appleby& Moon, 2011).



Valor compartido:

Propuesta de Michael Porter que implica para el éxito de un negocio 3 cosas: Valor compartido entre la empresa y la sociedad que implica el producto y servicio que se brinda, en ocasiones en este punto se manejan estrategias de negocios inclusivos: comunidades pobres como proveedores, distribuidores, consumidores o socios. Valor compartido identificando la productividad en la cadena de valor desde un análisis de sostenibilidad (impactos sociales, económicos y ambientales). Por último, la creación de “clusters” de apoyo a la industria que implican la asociación de esfuerzos de organizaciones potenciar la actividad productiva en una determinada zona.

4. Negocios Verdes Inclusivos y Competitivos

Para que un negocio sea competitivo se requiere de varios factores que son esenciales para lograrlo: propuesta de valor, estrategia, aliados, recursos, entre otros.

La diversidad de modelos de negocio e inversión, ¿Qué relación tienen con los negocios verdes e inclusivos?



Son una oportunidad para acceder a nuevas formas de direccionar negocios y acceder a nuevos mercados.

¿Cómo lograrlo? Iniciaremos con el modelo de negocio.

4.1. Modelo de negocio

Describe cómo las organizaciones crean, entregan y capturan valor (Business Model Generation, Alex Osterwalder & Yves Pigneur).

Algunas herramientas aceptadas y validadas por el ecosistema de emprendimiento para la modelación de negocios son: CANVAS OSTERWALDER, LEAN CANVAS, BLUEPRINT, MIND MAP. Para nuestro módulo, nos centraremos en CANVAS, por ser uno de los modelos de negocio más usado por emprendedores.

Canvas: Consiste en diseñar el modelo de negocio por medio de 9 bloques centrados en el producto y el mercado, donde el centro es la propuesta de valor, como lo muestra la siguiente figura:

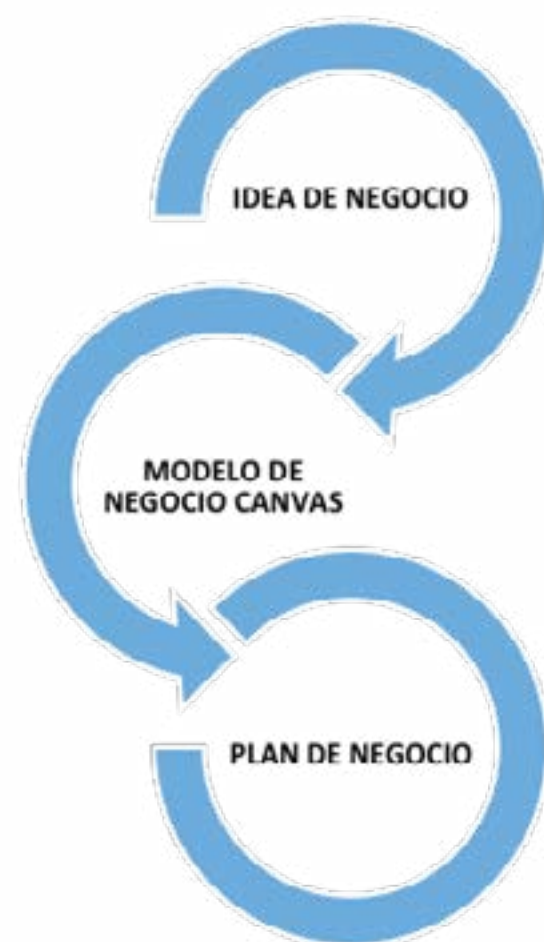
Problema Top 3 problemas	Solución Top 3 características	Propuesta de valor única Un claro, convincente y persuasivo mensaje que explique por qué eres diferente y por qué vale la pena prestarte atención	Ventaja injusta Que no se puedan copiar o comprar fácilmente	Segmento de clientes Clientes meta
	Métricas claves Actividades clave que mides		Canales Camino hacia los consumidores	
Estructura de costes Costes de Adquisición de clientes Costes de distribución Servidores Empleados		Fuentes de ingresos Modelo de ingresos Valor de tiempo de vida Ingresos Margen Bruto		
PRODUCTO		...	MERCADO	

Lean Canvas es una adaptación del Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) y está bajo la licencia de Creative Commons Attribution-share Alike 3.0 Un-ported License (creatividad común con reconocimiento-compartir bajo la misma licencia 3.0) Fue adaptado por <http://runninglean.co/> y traducido al español por <http://leanstart.es>

Pero... ¿Cómo se construye un modelos y plan de negocio?

La herramienta para la conceptualización de modelos de negocio (CANVAS) y proyección futura del mismo (Plan de Negocio) facilitan la viabilidad de una idea de negocio.

La relación con los negocios verdes:



A continuación conocerás por medio de un ejemplo de cómo una idea se convierte en un modelo de negocio verde e inclusivo

- 1. Una idea de negocio con impacto ambiental positivo.**
- 2. Una idea de negocio con un modelo inclusivo.**
- 3. Una idea de negocio con un modelo, debe proyectarse por medio de una plan de negocio.**

Plan de negocio: Es una herramienta que permite visualizar y proyectar el futuro de una idea de negocio, para convertirlo en una empresa. Su objetivo es presentar toda aquella información relevante a fin de identificar la viabilidad en todos los aspectos del negocio y es fundamental su elaboración para obtener recursos de capital.

Quién te ayuda	Qué haces	Que ayuda ofreces	Cómo te relacionas	A quién ayudas
Tecnoparque del SENA, Asociación orgánica de campesinos, centro de formación de vegetarianos orgánicos	Desarrollo de dispositivo, relación con productores	Conectividad y encadenamiento comercial entre campesinos de productos con orgánicos y consumidores responsables	Comunicación directa con productores y consumidores, acuerdos comerciales con empresas de telecomunicaciones	Productores que no cuentan con canales de comercialización eficiente y justa. Consumidores conscientes que buscan productos saludables
	Quién eres y qué tienes Conocimiento y experiencia en APP		Cómo te conocen Por medio de redes de ocmunicación, de forma directa y voz a voz	
Qué das Tiempo profesional de 25 horas a la semana de un equipo humano de tres personas		Qué obtienes Posicionamiento de una plataforma que promueve la producción y consumo sostenible		

Ahora para elaborar el plan de negocio se debe tener en cuenta:

- ✓ **Problema:** condición actual del mercado y de sus usuarios.
- ✓ **Descripción del Producto o Servicio:** mencionando atributos, funciones y características de su oferta.
- ✓ **Diferencial:** ventajas de su iniciativa y de su oferta.
- ✓ **Segmento de mercado:** grupo de personas u organizaciones a las que se dirige su oferta e iniciativa empresarial
- ✓ **Solución a problemas:** descripción del uso y condiciones que garantizan la solución del problema de su mercado.

Esta información producto del análisis del problema, sector, entorno y mercado es esencial para la elaboración del plan de negocio.

La siguiente gráfica propuesta por la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Nacional de Colombia, muestra los componentes claves del plan de negocio:



Generalidades: se compone del objetivo, alcances que busca el modelo de negocio, además de justificarlo con cifras y datos que muestren el problema. Muy importante que puedas presentar la experiencia en el negocio.

 <p>Objetivos Identificar las metas y propósitos a alcanzar en el marco de la realización del proyecto</p>	 <p>Justificación Relacionar las situaciones por las cuales se debería implementar el proyecto</p>	 <p>Antecedentes Plasmar las diferentes experiencias que permitirán el desarrollo del proyecto</p>
--	--	--

Mercado: ¿quién es tu cliente? Se encarga de identificar el perfil del consumidor y cuantificarlo.

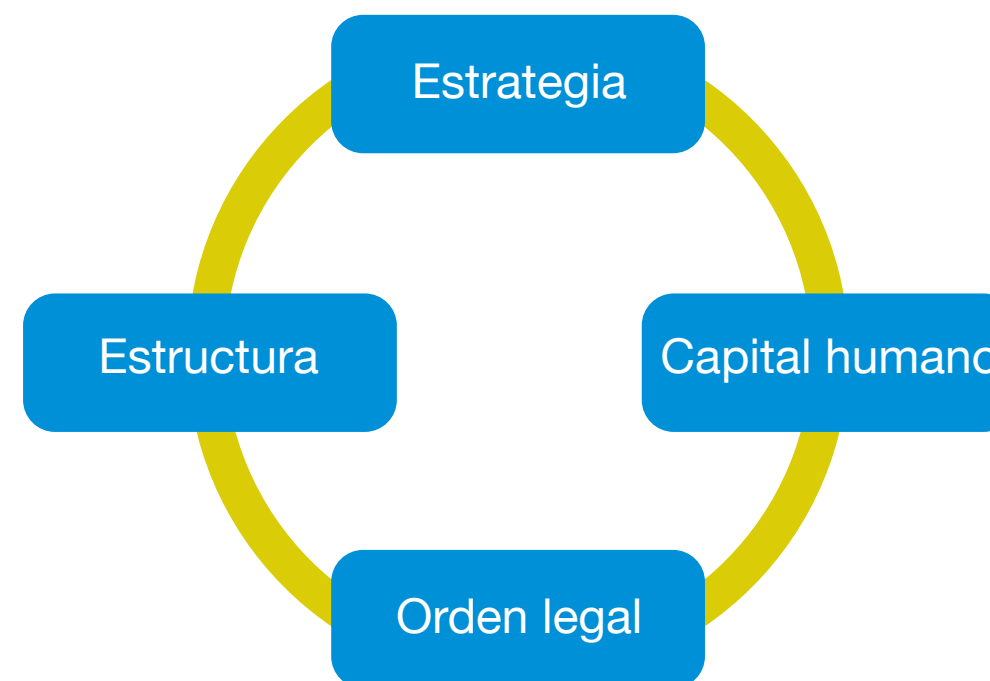
 <p>Mercadeo</p>	 <p>Distribución</p>	 <p>Competencia</p>
--	--	---



Operaciones: Son las actividades que actuando de manera mancomunada permiten tener el bien o servicio final. Algunas operaciones pueden ser:



Organización: Diseño y ejecución de los elementos que permiten orientar y estructurar de manera sistémica ciertos recursos de la empresa. Se compone de:



Finanzas: El desarrollo de este módulo permite cuantificar los alcances de cada uno de los módulos anteriores y posibilita, entre otros:

- Cuantificar la inversión
- Estimar ingresos, costos y gastos
- Proyectar estados financieros
- Estudiar opciones de financiación

Resumen: este capítulo es importante porque presenta los elementos esenciales para ver la viabilidad de un negocio.

4.2. Fuentes de financiación e inversión para los negocios verdes

La asignación de recursos públicos con el fin de contribuir a mejorar la productividad y competitividad de las empresas, se realiza a través de la cofinanciación de programas, proyectos y actividades dirigidos a la creación de empresas, a estimular la capacidad innovadora y el desarrollo tecnológico, a prestar asistencia técnica y a fomentar y promocionar las exportaciones.

Podrás ver a continuación el listado de actores e instrumentos públicos:

1. Fondo Emprender¹

El Fondo Emprender se constituyó como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA. El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo Emprender facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios para la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

¹ Recuperado de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/QueEsFondoEmprender.aspx>

Etapas de un plan de negocios en fondo emprender



Para conocer las convocatorias que realiza el Fondo Emprender, podrá acceder al siguiente enlace: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Convocatorias.aspx>

2. Colciencias²



Colciencias es el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación. Promueve las políticas públicas para fomentar la Ciencia, Tecnología e Innovación (CT+I) en Colombia. En sus funciones relacionadas con el impulso a los negocios verdes e inclusivos podríamos relacionar los siguientes:

- ✓ Articular la Política Nacional de CTel con las políticas nacionales, regionales y sectoriales del Estado, **en financiamiento, educación, cultura, desarrollo económico, competitividad, emprendimiento, medio ambiente**, seguridad social, salud, agricultura, minas y energía, infraestructura, defensa nacional, ordenamiento territorial, información, comunicaciones, política exterior y cooperación internacional y las demás que sean pertinentes.
- ✓ Fomentar la creación y el **fortalecimiento de instancias e instrumentos financieros** y administrativos de gestión para la CTel.
- ✓ **Promover la inversión a corto, mediano y largo plazo, para** la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación.

² Recuperado de <http://www.colciencias.gov.co/>

³ Recuperado en: <http://www.colciencias.gov.co/convocatorias/colombiabiobio>

Uno de los programas relacionados con la promoción de los Negocios Verdes es Colombia BIO , proyecto de interés nacional, cuyo principal objetivo es propiciar condiciones para conocer, valorar, conservar y aprovechar sosteniblemente la biodiversidad del país, contribuyendo a un desarrollo sostenible y socialmente inclusivo.

Conoce algunas convocatorias de Colombia Bio que puedes aplicar a recursos de financiación de negocios verdes:

Número	Título	Descripción	Total de recursos
764	Portafolio 100 - Validación comercial de prototipos de productos basados en la biodiversidad, con alto potencial de crecimiento empresarial - 2016	Cofinanciar proyectos que conduzcan a la comercialización de productos basados en el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad colombiana, que incorporen conocimiento científico y tecnológico desarrollado localmente, y que al mismo tiempo contribuyan a fortalecer las instituciones participantes...	\$4.000.000.000
763	Convocatoria para proyectos en Ciencia, Tecnología e Innovación en Biodiversidad - 2016	Promover la investigación, a través de proyectos de Ciencia, tecnología e innovación en Biodiversidad, que contribuyan a la actualización, generación de nuevo conocimiento, consolidación de capacidades científicas de los grupos de investigación a nivel nacional y regional y contribución...	\$1.000.000.000

Existen otras convocatorias de innovación donde pueden aplicar proyectos relacionados con negocios verdes. En el siguiente enlace podrá consultar las convocatorias permanentes de COLCIENCIAS, sus términos de referencias, fechas de aplicación, montos, requisitos entre otras: <http://www.colciencias.gov.co/convocatorias>

3. Impulsa⁴

La institución del Gobierno Nacional, creada en febrero de 2012, apoya y promueve el crecimiento empresarial extraordinario, es decir, apoya iniciativas de negocio que puedan crecer de manera rápida, rentable y sostenida. Fomenta la innovación y el emprendimiento de alto impacto, entendiendo que estas son palancas que permiten dicha clase de crecimiento.

Las convocatorias de INNpulsa están orientadas a promover el desarrollo empresarial, la innovación y la cultura. En el siguiente enlace podrás acceder a las ofertas de acuerdo a tu perfil y lo que necesitas: <https://www.innpulsacolombia.com/es/ofertas>

Con el fin de promover la innovación en Colombia, INNpulsa, en alianza con Bancóldex crea el cupo especial de crédito enfocado a financiar las actividades identificadas para lograr los objetivos de innovación, que son:

- ✓ Adquisición de conocimientos externos a la empresa.
- ✓ Adquisición de máquinas, equipos y otros bienes de capital.
- ✓ Comercialización.
- ✓ Capacitación.
- ✓ Innovaciones de organizaciones.
- ✓ Diseño de maquinaria nueva, ingeniería industrial y puesta en marcha de producción.

1 Empieza por definir ¿Cuál es tu perfil?

- Empresario con potencial de crecimiento extraordinario
- Organización o Institución de apoyo al crecimiento extraordinario

2 Teniendo en cuenta tu elección ¿Qué clase de oferta estás buscando?

- Para aprender haciendo
- Para acceder a recursos
- Para conectarme
- Para transformar la mentalidad

3 Verificar el estado actual de las ofertas.

- Abierta
- Próxima
- Cerrada

4. Otras fuentes privadas de financiación e inversión

El Plan Nacional de Negocios Verdes (MADS 2014), presenta un listado de actores e instrumentos públicos y privados para el apoyo financiero a emprendedores, investigadores y empresarios en temas relacionados con innovación, desarrollo empresarial y algunos muy específicos en Negocios verdes.

⁴ Recuperado de <https://www.innpulsacolombia.com/es>



Podrás ver a continuación el listado de actores e instrumentos privados:

Empresas de orden privado	
Destapa Futuro - Bavaria	Esta entidad privada ofrece un programa que impulsa a emprendedores para convertir sus ideas y actividades en empresas autosostenibles y con sólidas bases para crecer. Funciona mediante una convocatoria anual en la que los interesados tienen 15 días para inscribirse; de allí pasan a un proceso de selección en el que, finalmente, se escogen 60 ganadores a los cuales se les aportará el capital semilla para su proyecto. http://www.redemprendedoresbavaria.net/pg/pages/view/854531/
Ventures	La revista Dinero y McKinsey & Company crearon un concurso de planes de negocio con el fin de atraer y premiar a los mejores emprendedores del país. El concurso está abierto a participantes de todas las edades, con proyectos en cualquier sector de la economía, que tengan una idea de negocio. http://www.ventures.com.co
BiD Network	Apoya a negocios en marcha en mercados emergentes y con necesidades de inversión que oscilan entre 10.000 dólares estadounidenses y 1.000.000. Igualmente ofrece diversos servicios y actividades que pueden ayudar al emprendedor en un proceso de capacitaciones y asesorías con el fin de hacer que su negocio tenga éxito. http://www.bidnetwork.org/es
Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez	El Fondo Acción constituye la persona jurídica que representa los intereses de la Iniciativa para las Américas en Colombia y es, por ende, el Administrador de los recursos de la Cuenta de las Américas en nuestro país. Estos recursos se han orientado a la promoción de actividades, programas y proyectos destinados a proteger y manejar los recursos naturales y biológicos de manera sostenible. Además de financiar la línea temática ambiental, los recursos también se han destinado a una segunda y muy importante línea temática: el fomento de la supervivencia y el desarrollo integral de la niñez. http://www.fondoaccion.org/
Corporación Mundial de la Mujer	Apoyo equilibrado entre capital, formación integral, capacitación, acompañamiento y seguimiento a microempresarios, hasta el punto en el que el beneficiario crezca como persona y también como empresario. Servicios: Fondo capital de riesgo, acompañamiento en gestión a microempresarios, monitoreo a proyectos portafolio, talleres de desarrollo integral de la mujer empresaria, apoyo a la empresa privada en responsabilidad social. http://www.cooperativaemprender.com/afiliados/afiliado/?tx_galileoaffiliated_pi2%5Bid%5D=8#informacion_general

<p>ENDEAVOR</p>	<p>Organización internacional sin fines de lucro que utiliza recursos de iniciativa privada para apoyar a nuevas generaciones de emprendedores en busca de capital, conocimientos técnicos especializados y desarrollo de negocios.</p> <p>Todos los pasos para crear una empresa exitosa entrega la Fundación Endeavor –desde una idea brillante, pasando por la creación del plan de negocios, las rondas de inversión, la capitalización del proyecto y la conexión con los potenciales inversionistas– además de la capacitación y herramientas metodológicas necesarias para su correcta ejecución.</p> <p>http://pac.caf.com/proyectos.asp?idn=143&ct=3</p>
<p>The Institute of Electrical and Electronics Engineers</p>	<p>Es una Sociedad Profesional con membresía en todo el mundo. Trabaja en actividades técnicas educacionales y profesionales que impulsan la teoría y la práctica de la electrotecnología para el desarrollo personal y profesional de sus miembros. Fomenta el conocimiento y los avances científicos y tecnológicos que los miembros del IEEE transforman en productos prácticos y seguros, y en procedimientos que engrandecen la calidad de vida.</p> <p>http://www.ieee.org.co/</p>
<p>Centro Nacional de Producción Más Limpia y Tecnologías Ambientales - Línea Crédito Ambiental (LCA)</p>	<p>La LCA fue creada por medio de un convenio entre el Centro Nacional de Producción Más Limpia (CNPML), Bancolombia, Banco de Bogotá y el Gobierno Suizo (SECO). Permite a las empresas recibir hasta un 25% de reembolso sobre sus inversiones ambientales.</p> <p>http://www.cnpml.org/ http://www.lineadecreditoambiental.org/lca/</p>
<p>Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas</p>	<p>El proyecto pertenece al Ministerio de Agricultura. Su objetivo es incrementar la competitividad y el desarrollo empresarial de las comunidades rurales pobres, de manera sostenible, a través de alianzas orientadas por la demanda del sector privado comercializador.</p> <p>Se aprovecha el acceso que tienen los pequeños productores rurales a los factores de producción (tierra y trabajo) y se potencia su utilización mediante un aporte denominado Incentivo Modular.</p> <p>El Incentivo Modular es el complemento de los recursos que los demás socios invierten para llevar a cabo la Alianza Productiva y su función es permitir el cierre financiero del negocio; el monto asignado al incentivo por alianza está limitado por unos topes de financiación por productor beneficiario o por iniciativa. Estos recursos se manejan a través de un esquema fiduciario, que garantiza que las inversiones se realicen de acuerdo a un plan de negocios formulado para la alianza y que su uso esté enmarcado dentro de principios de transparencia.</p> <p>https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/desarrollo-rural/Paginas/Proyecto-apoyo-a-alianzas-productivas-PAAP-.aspx</p>

Incubar Colombia

Incubadora de empresas dedicada a satisfacer las necesidades de emprendimiento y de gestión de las organizaciones públicas y privadas, implementando el mejoramiento continuo y generando mayores oportunidades de negocios. Incubar Colombia presta sus servicios a través de procesos estructurados de sensibilización, formación y acompañamiento, fundamentados en el modelo de negocio exitoso gestionado por la entidad.

<http://www.incubarcolombia.org.co/>

4.3. Comercialización de negocios verdes e inclusivos

La comercialización hace referencia a los mecanismos para vender el producto, como las habilidades del empresario para dialogar con el consumidor o inversor (para el caso del emprendedor).

1. Comunicación para la negociación y comercialización de Negocios Verdes e Inclusivos

La Academia de Innovación para la Sostenibilidad da algunas pautas a emprendedores sobre la forma de comunicar una idea de negocio, que es igual de valiosa que la idea en sí.

Emplear las palabras adecuadas sin lugar a duda fortalece la comunicación y asegura la atención frente al potencial cliente. A continuación algunos ejemplos de las palabras o expresiones que no son tan estratégicas al comunicar su emprendimiento y algunas alternativas para sustituirlas (AISO, 2016).

Palabras Prohibidas	Alternativa	Observación
“Quisiéramos tener una producción de XY”	“Nuestra meta es tener una producción de XY en los próximos 3 meses”	Querer es un verbo que denota poca acción. Definir un objetivo dentro de un marco temporal compromete a su cumplimiento y da respaldo.
“Me gustaría proponerle un nuevo modelo de negocio...”	“Proponemos conversar con usted un nuevo modelo de negocio...”	
“Estamos intentando empezar un nuevo sistema...”	“Hemos diseñado un nuevo sistema que está en proceso de pilotaje...”	Intentares dar por hecho que no lo va a conseguir o que la incertidumbre es muy grande. Comunique la idea confirmando que está en proceso de evolución o que ya funciona.
“Tal vez nosotros podríamos presentar la propuesta...”	“La otra semana con seguridad confirmamos presentar nuestra propuesta”	De afirmaciones que del claridad de tiempo, lugar entre otras.
“Quizás a usted le interesaría...”	“Este proyecto a usted lo beneficiará en...”	Exponga los beneficios de su idea de negocios, para apalancar una respuesta positiva de su potencial cliente.
“hemos cometido errores...”	“Con su experiencia y su aporte podemos...”	Cambiar las experiencias negativas por las lecciones aprendidas.
“De pronto el proyecto bajo condiciones climáticas puede cambiar...”	“Nuestro proyecto está condicionado / determinado a...”	Comunicar las condiciones de las que el proyecto se encuentra sujeto demuestra el control de variables exógenas.

Palabras Prohibidas	Alternativa	Observación
“Necesitamos de su ayuda”	“Con su experiencia y su aporte podemos...”	Comunicar de la idea de negocio con el interés de generar una relación gana-gana entre ambas partes denota mayor vinculación entre las partes.
“Creeríamos que no existe ningún problema...”	Permítanos identificar los riesgos y la otra semana se los comunicaremos”	No tener la respuesta ante una situación es normal, sin embargo elimine la incertidumbre comprometiéndose a dar una respuesta en un tiempo definido.
“Me regala 5 minutos para...”	“Deseamos conversar con usted acerca de nuestro proyecto, ¿cuándo le es posible atendernos?...”	El patrón cultural de “regalar” es muy común en nuestro país. Su uso es letal cuando se habla con personas de otras culturas.
“Yo puedo”	“Nosotros podemos”	Manifieste su idea incluyendo a un equipo de trabajo atrás independientemente de cuantos sean

Destacar las ventajas del producto.

Recordar el mensaje publicitario usado en los medios.

Aumentar las compras por impulso.

Mejorar la rentabilidad del espacio de venta.

Atraer nuevos consumidores.

La comunicación debe ser un enfoque estratégico del negocio que debe impactar el producto y servicio. Usualmente a estas estrategias se les denomina **estrategia de mercadeo**, que busca:

Mejorar la exhibición del producto.

Resaltar la marca.

Obtener lugares de exhibición preferenciales.

Incrementar la rotación de inventarios.

2. Redes sociales:

Las redes sociales se han convertido en una herramienta de promoción, posicionamiento, interacción, comercialización de bienes y servicios.



¿Cómo utilizar estas herramientas para vender e interactuar con mis clientes y/o usuarios?

El “Manual de buenas prácticas en redes sociales” de la Red de Bibliotecas Universitarias de España”, presenta unos lineamientos para aprovechar los escenarios de comunicación y relacionamiento más grandes a nivel mundial como son las redes sociales.

Principios de actuación: responde a las preguntas iniciales de ¿Cómo, por qué, con quién y para quién?

- ✓ **Servicio público:** la comunicación y difusión de la información virtual debe ser tan eficaz como la presencial.
- ✓ **Transparencia:** la gestión de las redes y espacios sociales en internet debe ser clara.
- ✓ **Colaboración:** el compartir y el colaborar con otros usuarios de la red debe ser uno de los principales objetivos.
- ✓ **Calidad:** la información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos debe someterse a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.
- ✓ **Corresponsabilidad:** debemos ser conocedores de las normas básicas en las redes sociales, hacer constar a quién representamos, saber qué debemos comunicar y cómo hacerlo.
- ✓ **Confidencialidad**
- ✓ **Participación:** debe ser respetuosa, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, animando a la participación. (Manual de buenas prácticas en redes sociales, 2014).

Importante conocer la diversidad de redes sociales que existen, no se trata de tenerlas todas, sino cuáles son más pertinentes para tu negocio y con las que más se relacionan tus clientes.

Medios sociales		
Redes sociales	Compartir	
	Multimedia	Documentos
Twitter	Youtube	Slideshare
Facebook	Flickr	ISSUU
Google+	Instagram	
Tuenti	Picasa	
LinkedIn	Vimeo	
Xing		
Delicious		

Creación y curación de contenidos	Geolocalización
Wikis	Foursquare
Blogs	
Pinterest	
Storify	

Establecer los objetivos del uso y estilo de comunicación y contar con unos Criterios de lenguaje para que sea claro, confiable y verídico, es clave para llegar a más clientes. Es importante tener en cuenta que en algunas ocasiones aplica en el diseño de contenidos las políticas de derechos de autor.

3. Ferias y eventos

Las ferias son eventos de carácter económico, social o cultural, que pueden estar establecidas o ser de carácter temporal, y tener lugar en sede fija o desarrollarse de forma ambulante. Suelen estar dedicadas a un tema específico o tener un propósito común. A continuación se relacionan las principales ferias que sirven de plataforma para promocionar los Negocios Verdes en el país (PNNV, 2014).

	<p>Bioexpo Colombia surge como una iniciativa ante la necesidad de promover procesos productivos sostenibles vinculados al uso y aprovechamiento de los recursos naturales, al eco-producto industrial y a los servicios ambientales, con un alto potencial en los mercados nacionales e internacionales. http://bioexpocolombia.co/</p>
	<p>La FIMA se creó como un espacio para la divulgación, promoción y comercialización de insumos, bienes, servicios, programas, proyectos y procesos ambientales en Colombia, con la visión de convertirse en eje de transacciones comerciales de tecnología y servicios especializados, para la región. La feria es, además, dinamizadora de una cultura por la conservación y la recuperación de los recursos naturales y del medio ambiente, dentro del contexto del Desarrollo Sostenible. http://www.feriadelmedioambiente.com/</p>
	<p>Expo artesanía es la plataforma de comercialización para el sector artesanal hacia mercados nacionales e internacionales, además de ser la única especializada de América Latina. Se constituyó en asocio entre Artesanías de Colombia y el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones Corferias, en 1991. Es un programa estratégico de Artesanías de Colombia que busca mejorar los estándares de calidad de los productos artesanales y, en consecuencia, aportar al bienestar socioeconómico del sector. http://www.expoartesantias.com/</p>

 <p>XIV feria de las colonias corferías 2016</p>	<p>Escenario donde el público en general tiene acceso al comercio, la gastronomía, el turismo, las artesanías, el arte, la música, el entretenimiento y una extensa gama de productos, servicios y proyectos, que congregan lo más representativo de cada región. Cada año, el evento cuenta con una región como invitada de honor, destacando sus riquezas naturales y culturales y ofreciendo la posibilidad de mostrar proyectos de su plan de desarrollo. http://www.feriadelascolonias.com/</p>
 <p>IX alimentec corferías 2016 Feria Internacional de la Alimentación powered by anuga</p>	<p>La Feria Internacional de la Alimentación (Alimentec), es el escenario para establecer contactos comerciales entre los principales Compradores mayoristas, distribuidores e importadores de la industria alimenticia de Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Panamá, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, República Dominicana, Puerto Rico, Las Bermudas, Aruba y demás islas de Centro América. Alimentec se constituye en el encuentro más representativo de la industria alimenticia colombiana y latinoamericana en materia de alimentos procesados, hortifruticultura, bebidas, maquinaria, equipamiento, suministros, empaques, tecnología y servicios. http://www.feriaalimentec.com/</p>

Las ferias son un escenario importante de participación que sirven para fortalecer su empresa si se saben aprovechar. El blog llamado “¿Qué debemos tener en cuenta dentro de una estrategia de participación en las ferias comerciales?” De David Gómez, presenta algunas recomendaciones que podemos tener en cuenta en una feria:

- ✓ Estar cara a cara con cientos o miles de clientes potenciales
- ✓ Usted controla el ambiente/stand (están en su cancha)
- ✓ Su prospecto lo puede evaluar frente a la competencia y notar sus diferenciales
- ✓ Genera contactos que le hubiera tomado un año pedirles cita

- ✓ Más posibilidades para educar y explicar que cualquier otro medio
- ✓ Visibilidad para las Pymes. Los compradores dedicarán más tiempo a los pequeños expositores que a los grandes con los que hablan cada semana

El éxito de su participación en la feria depende de qué tan bien la haya preparado y qué tanto la haya promovido. El resto es estar presente con las herramientas correctas.

5. Resumen

Los negocios verdes e inclusivos están llamados a ser rentables, posicionarse en un mercado y tener competitividad. Los mecanismos estratégicos para hacerlo bien, pueden orientarse con las metodologías, modelos y planes de negocio. Es decir, una buena idea de negocio verde e inclusivo se planifica para que sea viable.

Una oportunidad de Negocio Verde e Inclusivo, cuando se tiene el modelo, un plan de negocio donde hay una proyección de viabilidad, tiene gran posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento. Estas fuentes se han venido aumentando tanto en el ámbito público como privado, y aplican para investigaciones, emprendimiento de empresas, fortalecimiento empresarial o innovación de procesos o productos.

Por medio del desarrollo de habilidades de comunicación y estrategias de mercadeo es posible generar interacción y mayor relacionamiento de la empresa con sus clientes. Las redes sociales, las ferias y el mejoramiento de las habilidades comunicativas son el mejor medio para lograrlo.

Es importante resaltar que los consumidores deben mejorar sus criterios de compra de una forma responsable para lograr dinamizar los Negocios Verdes e Inclusivos y así posicionarlos en el mercado.

