

Módulo 7

Resumen: Formación en Negocios Verdes e Inclusivos



NEGOCIOS
VERDES

Menú

Tabla de Contenido

	1	Objetivos de aprendizaje
Introducción	2	
	3	Importancia de los Negocios Verdes e Inclusivos
Negocios Verdes	4	
	5	Negocios Inclusivos
Categorías de Negocios Verdes	6	
	7	Criterios de Negocios Verdes
Ventanillas / Nodos de Negocios Verdes	8	
	9	Metodología para la implementación de los planes regionales de Negocios Verdes
Negocios verdes Incusivos y competitivos	10	
	11	Resumen



Módulo 7

Resumen: Formación en Negocios Verdes e Inclusivos

1. Objetivos de aprendizaje

¡Tendrás un resumen del curso!



En esta sesión vamos a afianzar los contenidos más relevantes del curso de Negocios Verdes e Inclusivos.

Podrás contar con una herramienta de consulta rápida y permanente que apoye el rol de las A.A.

2. Introducción

Durante el desarrollo del curso te has dado cuenta que hay muchos conceptos, documentos, herramientas, ejemplos, que durante esta sesión vamos a sintetizar.

En esta sesión realizaremos una revisión a los contenidos relevantes que permitirán a las A.A. asesorar, acompañar y

liderar estrategias regionales para posicionar los Negocios Verdes e Inclusivos como principal renglón de la economía nacional.

Los contenidos de esta sesión están relacionados con conceptos claves, metodologías de aplicación para los programas regionales y acompañamiento en la verificación y plan de mejora de los negocios verdes e inclusivos, para hacerlos sostenibles y competitivos.

¡Con esta sesión afianzarás tu conocimiento!

3. Importancia de los Negocios Verdes e Inclusivos

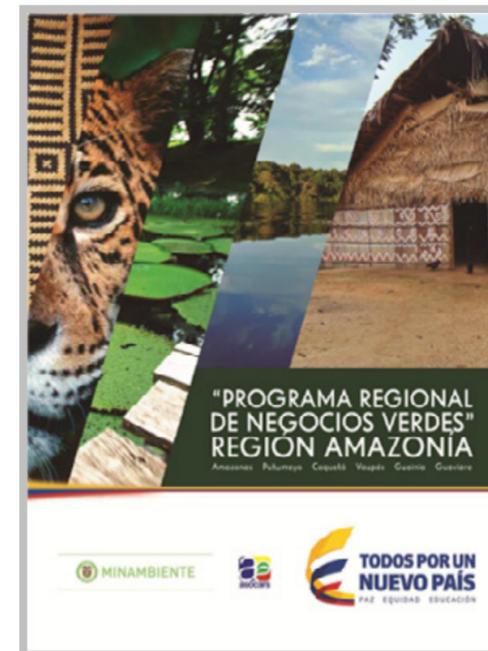
¡Recuerda !

La producción y consumo sostenible es una estrategia mundial para lograr un mundo viable para todos. La economía verde ayuda a cambiar estos patrones y permite:

- ✓ Aumenta los ingresos y la creación de empleos.
- ✓ Reducir las emisiones de carbono y la contaminación.
- ✓ Hace uso eficiente de la energética y recursos.
- ✓ Evitar la pérdida de diversidad biológica y de servicios de los ecosistemas.

Colombia ha ratificado compromisos internacionales sobre producción y consumo sostenible. Nuestras políticas nacionales relacionadas son:

1. **Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un Nuevo País”¹:** una de las estrategias del Plan Nacional de Desarrollo (estrategia 3), establece el mejoramiento de la calidad del medioambiente, a partir del mejoramiento del desempeño ambiental de los sectores productivos y la competitividad. Además establece una meta nacional con su indicador de cumplimiento, relacionado con la implementación de cinco Programas regionales de Negocios Verdes.
2. **Política de Producción y Consumo Sostenible:** “Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva”².
3. **Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Eco sistémicos –PNGIBSE-.**
4. **Plan Nacional de Negocios Verdes-PNNV-.**
5. **Planes regionales de Negocios Verdes:** estrategias regionales en las cinco regiones del país (Caribe, Central, Amazonas, Orinoquia y Pacífico).

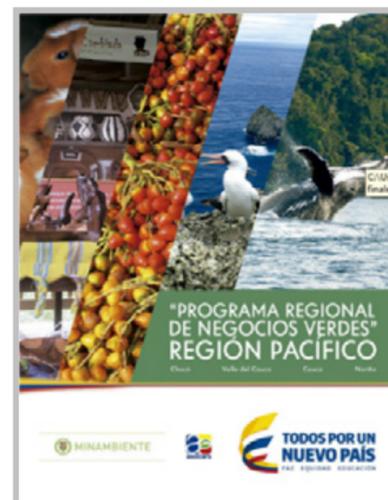
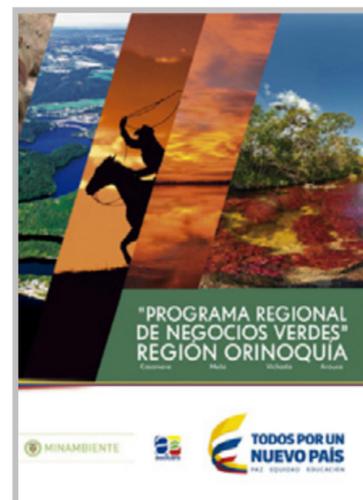
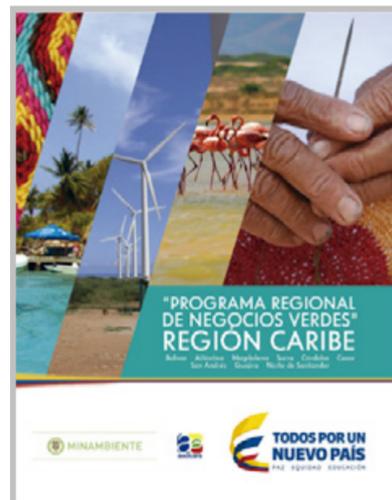


Ahora vamos a abordar los conceptos de los temas centrales del curso:

4. Negocios verdes

El Plan Nacional de Negocios Verdes los ha definido como:

“Actividades económicas en las que se ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que, además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales, económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio”³.



¹ Recuperado en <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Conozca-el-Plan-Nacional-de-Desarrollo-2014-2018-.aspx>

² Colombia. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Política de Producción y Consumo Sostenible, 2010. Recuperado en https://www.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialUrbana/pdf/compras_p%C3%BAblicas/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf

³ Plan Nacional de Negocios Verdes. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014. Página 51

Ahora vamos a ver ¿Qué son los Negocios Inclusivos?

5. Negocios inclusivos

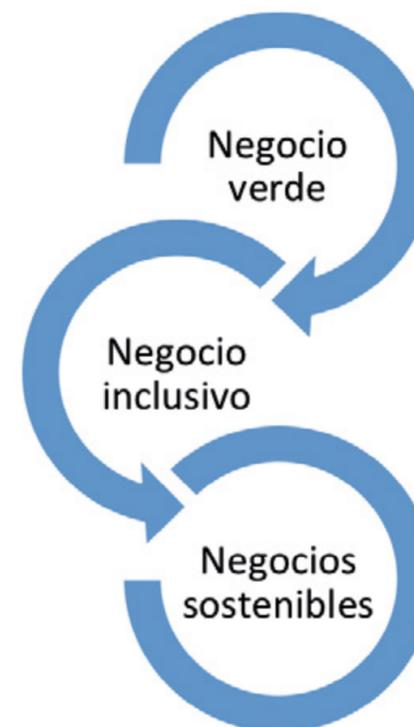
Los Negocios Inclusivos, son estrategias de mercado para la superación de la pobreza, “reconociendo el potencial de las comunidades y personas que viven en situación de pobreza como actores económicos (emprendedores, consumidores, participantes de cadenas de valor empresariales)”⁴.

Recuerda que los Negocios Verdes y los Negocios Inclusivos tiene cada uno aracterístcas particulares:

- ✓ Negocio Verde: su principal objetivo es tener un impacto ambiental positivo
- ✓ Negocio Inclusivo: su principal objetivo es contribuir a la reducción de la pobreza.

Combinación Ganadora

Si analizas los conceptos encontrarás relación entre los negocios verdes e inclusivos	
<p>Impacto ambiental positivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Disminución de la contaminación. ✓ Mejoramiento de las condiciones de los recursos naturales. ✓ Mantenimiento de servicios eco sistémicos. ✓ Reducción de las emisiones de gases efecto invernadero. 	<p>Impacto social positivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Condiciones justas de trabajo. ✓ Fomento del trabajo inclusivo de comunidades vulnerables. ✓ Contribuye a la reducción de la pobreza y desigualdades. ✓ Respeto al conocimiento y las prácticas culturales.



Un negocio sostenible es:

- ✓ Económicamente rentables
- ✓ Socialmente inclusivo
- ✓ Ambientalmente responsable

Ahora vamos a profundizar en los Negocios Verdes:

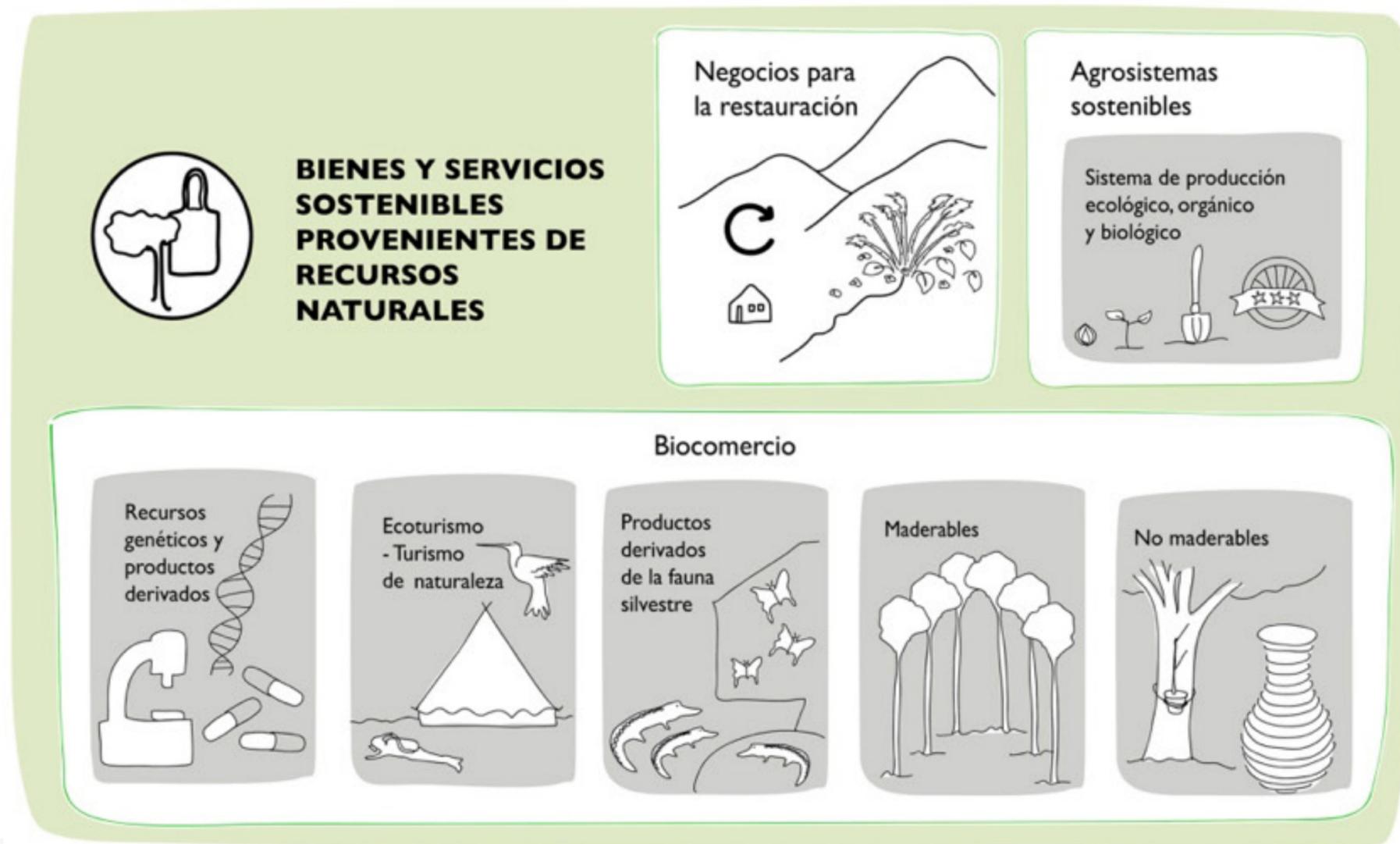
⁴ Melo Jeny, Magdalena Teresa. Negocios Inclusivos en México y Colombia. Una mirada a los actores, los Ecosistemas y los modelos de negocio. GIZ, Enero de 2015

6. Categorías de Negocios Verdes

Los negocios verdes pueden incluir una gran variedad de actividades que generan impacto ambiental positivo. En Colombia estas actividades se dividen en tres grandes categorías:

1. Bienes y Servicios Sostenibles provenientes de Recursos Naturales
2. Ecoproductos Industriales
3. Mercado de Carbono

Cada categoría integra sectores y subsectores, como lo podrás ver en la gráfica:





BIENES Y SERVICIOS SOSTENIBLES PROVENIENTES DE RECURSOS NATURALES

Negocios para la restauración



Agrosistemas sostenibles

Sistema de producción ecológico, orgánico y biológico



Biocomercio

Recursos genéticos y productos derivados



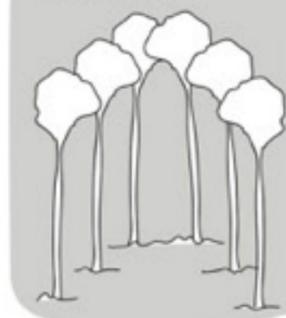
Ecoturismo - Turismo de naturaleza



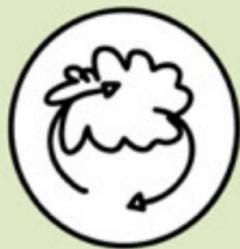
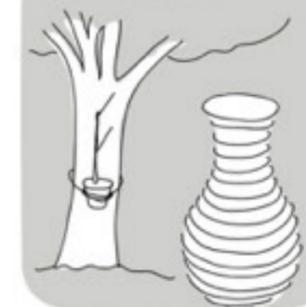
Productos derivados de la fauna silvestre



Maderables



No maderables



MERCADO DE CARBONO RELACIONADO CON CAMBIO CLIMÁTICO

Mercado voluntario



Mercado regulado



Esta categorización de actividades económicas facilita la identificación de los negocios con impacto ambiental positivo.

7. Criterios de Negocios Verdes

¿Qué es un criterio?

Se entiende como “criterio” una categoría que agrupa atributos o características relacionados o similares.

1. Para los NV los criterios señalan los aspectos del bien o servicio que son fundamentales en el contexto de la sostenibilidad;
2. Permitirán identificar una oferta de bienes y servicios de Negocios Verdes que, sin disminuir sus características de calidad;
3. Procuran no causar efectos indeseables en el entorno físico y social y generar unos impactos ambientales positivos directos (MADS, 2014).

Se entiende como “criterio” una categoría que agrupa atributos o características relacionados o similares.

-  Viabilidad económica del negocio.
-  Impacto ambiental positivo del bien o servicio.
-  Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio.
-  Vida útil.
-  Sustitución de sustancias o materiales peligrosos.
-  Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados.
-  Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio.
-  Responsabilidad social y ambiental al interior de la empresa.
-  Responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa.
-  Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.
-  Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio.
-  Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados recibidos.

Fuente: Plan Nacional de Negocios Verdes

Criterio 1: viabilidad económica

Una empresa es viable económicamente cuando los recursos generados por sus ventas son suficientes para hacerle frente a las necesidades financieras que se presentan y a la remuneración de sus empleados y/o la distribución de utilidades entre sus socios o accionistas (PNNV, 2014).

Criterio 2: impacto ambiental positivo del bien o servicio.

El bien o servicio debe demostrar que genera un impacto positivo en el ambiente y que contribuye a la conservación y preservación de los servicios ecosistémicos (aprovisionamiento, regulación, soporte, culturales) en su área de influencia directa.

Criterio 3: enfoque de ciclo de vida del bien o servicio

El componente ambiental en un Negocio Verde debe garantizar la identificación de los principales aspectos e impactos asociados al ciclo de vida del bien o servicio, garantizando el análisis de todas las etapas: extracción y procesamiento de materias primas, producción, transporte y distribución, uso, mantenimiento y disposición final.

Criterio 4: vida útil

Es la duración estimada que un bien o servicio puede tener, cumpliendo correctamente con la función para la cual ha sido creado. Aquellos con una vida útil superior a la de los productos convencionales representan una menor demanda de recursos para fabricar nuevos productos de las mismas características y disminuyen la generación de residuos o desechos por descarte de dichos bienes. Son benéficos al consumidor por ahorro en costos al postergar el reemplazo del bien o servicio en un periodo de tiempo determinado.

Criterio 5: Sustitución De Sustancias O Materiales Peligrosos

Hace referencia a los bienes o servicios que tradicionalmente han empleado sustancias o materiales peligrosos para la salud y el ambiente y que mediante cambios en su diseño o su tecnología han logrado la sustitución de estos. Actualmente hay una tendencia mundial en este sentido y tales sustituciones implican un criterio de sostenibilidad.

Criterio 6: reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados

La reciclabilidad (del producto, empaque, envase) se identifica cuando, en la selección de los materiales, se consideran alternativas con propiedades superiores a la del insumo convencional en cuanto a su recuperación y reincorporación al ciclo productivo, al final de su vida útil.

De la misma forma, este criterio contempla también aquellos bienes que para su fabricación emplean materiales reciclados.

Criterio 7: uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio

Este criterio se relaciona con la etapa de fabricación del producto en la cual se toman todas las medidas para usar los recursos naturales (agua, energía, materias primas) en la menor cantidad y de la manera más sostenible posibles, logrando un proceso productivo racional y eficiente. Se relacionan con este criterio el uso de tecnologías más limpias en las industrias o el manejo sostenible de los ecosistemas de donde provienen recursos hidrobiológicos, de flora o fauna.

Criterio 8: responsabilidad social al interior de la empresa

Se aplica a las empresas que, para la producción y prestación de sus bienes o servicios, consideran un trato ético y unas condiciones de trabajo justas para sus empleados directos y accionistas.

Criterio 9: responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa

Este criterio se da en aquellas empresas que, para la producción y prestación de sus bienes o servicios, consideran incentivar el desarrollo de su cadena de valor y compartir las buenas prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial con sus proveedores, servicios tercerizados (outsourcing) y clientes.

Criterio 10. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa

Se da en las empresas que, para la producción y prestación de sus bienes o servicios, gestionan sus impactos sobre ámbitos de influencia externa –las comunidades, el Estado, los consumidores y la sociedad en general.

Criterio 11: comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio

Las estrategias de comunicación de los atributos sociales o ambientales de los servicios de Negocios Verdes deben ser coherentes con la gestión que la desarrolla para garantizar la sostenibilidad y deben involucrar a los diferentes actores del ciclo de vida.

Criterio 12: esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos

Las empresas podrán demostrar la implementación de modelos o programas orientados a la sostenibilidad (con o sin certificación), así como otros reconocimientos recibidos de terceros, tales como verificaciones, menciones, premios o avales.

8. Ventanillas / Nodos de Negocios Verdes

Para lograr la articulación y acompañamiento en la implementación de los PRNV, se ha propuesto la creación de Ventanilla/Nodo de Negocios Verdes.

Ventanilla/Nodo de Negocios Verdes:

Son grupos técnicos y de gestión al interior de las CAR o alianzas entre la A.A. y una entidad de emprendimiento, que promueven el desarrollo de los Negocios Verdes. (Adaptación Plan Nacional de Negocios Verdes 2014).



Fuente: Corpogujira 2014
Corpogujira realizó con éxito la apertura de la ventanilla de Negocios Verdes

Desde el PNNV, los objetivos de la Ventanilla/Nodo de Negocios Verdes a nivel institucional son:

- ✓ Liderar, coordinar y articular a los diferentes actores regionales en la implementación del Programa Regional de Negocios Verdes.
- ✓ Posicionar el PRNV a nivel regional, hacer seguimiento a los compromisos, evaluar los avances y realizar los ajustes respectivos.
- ✓ Crear y consolidar alianzas estratégicas continuas y duraderas con actores clave que contribuyan a promocionar y posicionar a los Negocios Verdes en la región.
- ✓ Generar estadísticas para medir la contribución del Programa al desarrollo económico de la región y a la conservación de sus recursos naturales.

9. Metodología para la implementación de los planes regionales de negocios verdes

Existe una meta del indicador de gestión de las CAR's relacionada con los Negocios Verdes:

Indicador de Gestión de las Corporaciones Autónomas Regionales

No.	Grupo	Tema	Nombre del indicador
No. 28	Protección Ambiental y planificación del desarrollo sostenible.	Asuntos Ambientales y Urbanos	Porcentaje de avance del programa Regional de Negocios Verdes por la Autoridad Ambiental



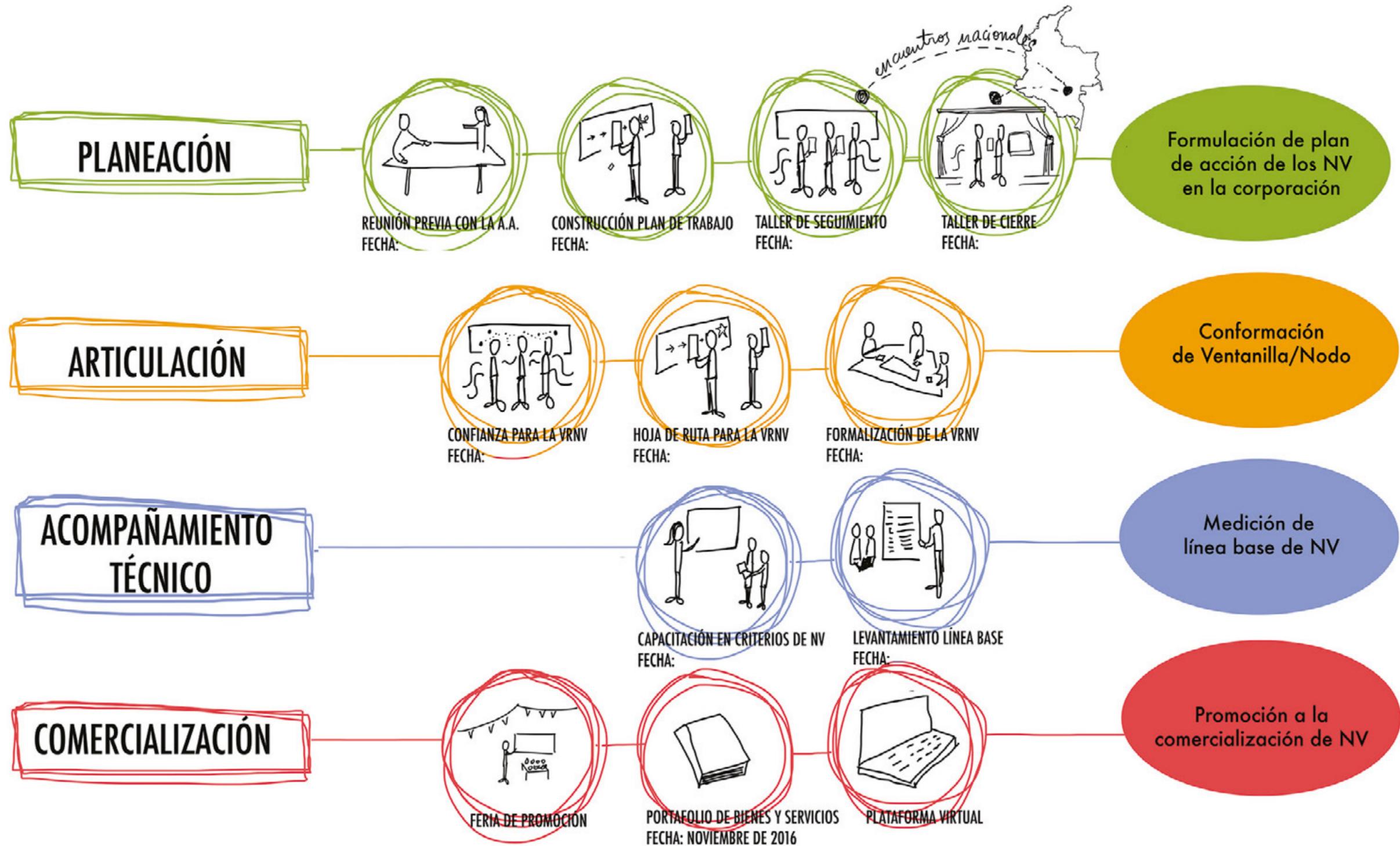

Para Desarrollar el proceso metodológico que implementa los Programas Regionales de Negocios Verdes, es necesario aplicar un **AUTODIAGNÓSTICO**⁵, para identificar el estado actual de la A.A. respecto al diseño e implementación de estrategias de Negocios Verdes.

Por medio de la aplicación de la *“Metodología para la Implementación de los PRNV 2015”*, elaborada y publicada con el programa PRODES de la GIZ, se han diseñado estrategias de alcance local (jurisdicción de la corporación ambiental).

La metodología se enmarca en el siguiente proceso de gestión:

⁵ Podrá consultar la estructura del autodiagnóstico, en la Metodología de implementación de los PRNV en las A.A. página 25, en el Flujo de decisiones para ubicar el proceso en el que se encuentra la autoridad ambiental (Figura 10).

Proceso de acompañamiento de las A.A. para implementar las PRNV y cumplir el PND 2014 - 2018



Indicadores

Es decir que ¿los PRNV contemplan ocho (8) líneas estratégicas y la metodología cuatro (4) procesos?



!Exactamente!
La metodología permite integrar las 8 líneas estratégicas en los planes de acción territorial, contribuyendo al cumplimiento de la meta del PND

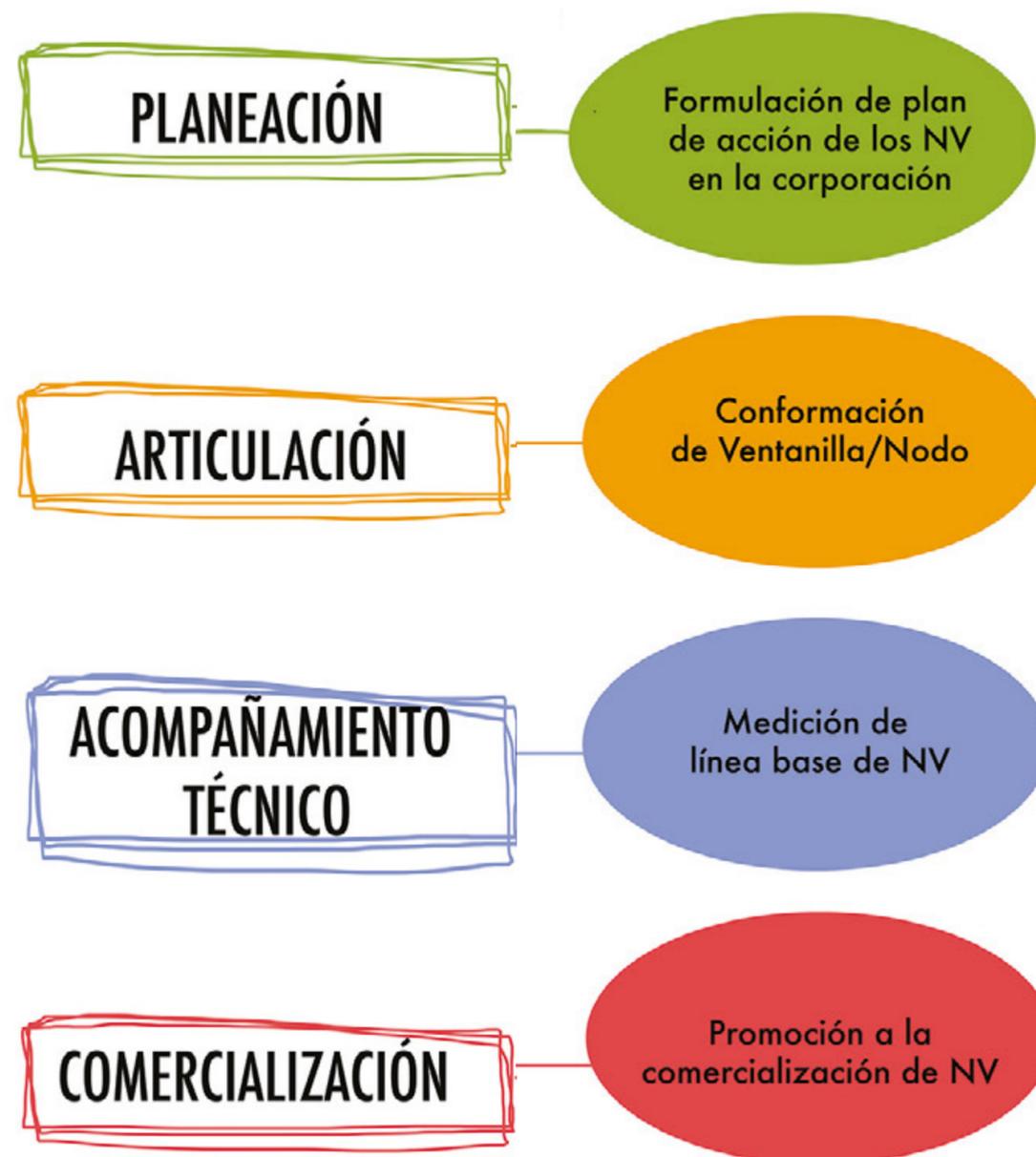
Asi se relaciona:

Los colores que identifican las líneas estratégicas, es donde se relacionan en el proceso de la metodología.

Proceso de acompañamiento de las A.A. para implementar las PRNV y cumplir el PND 2014 - 2018

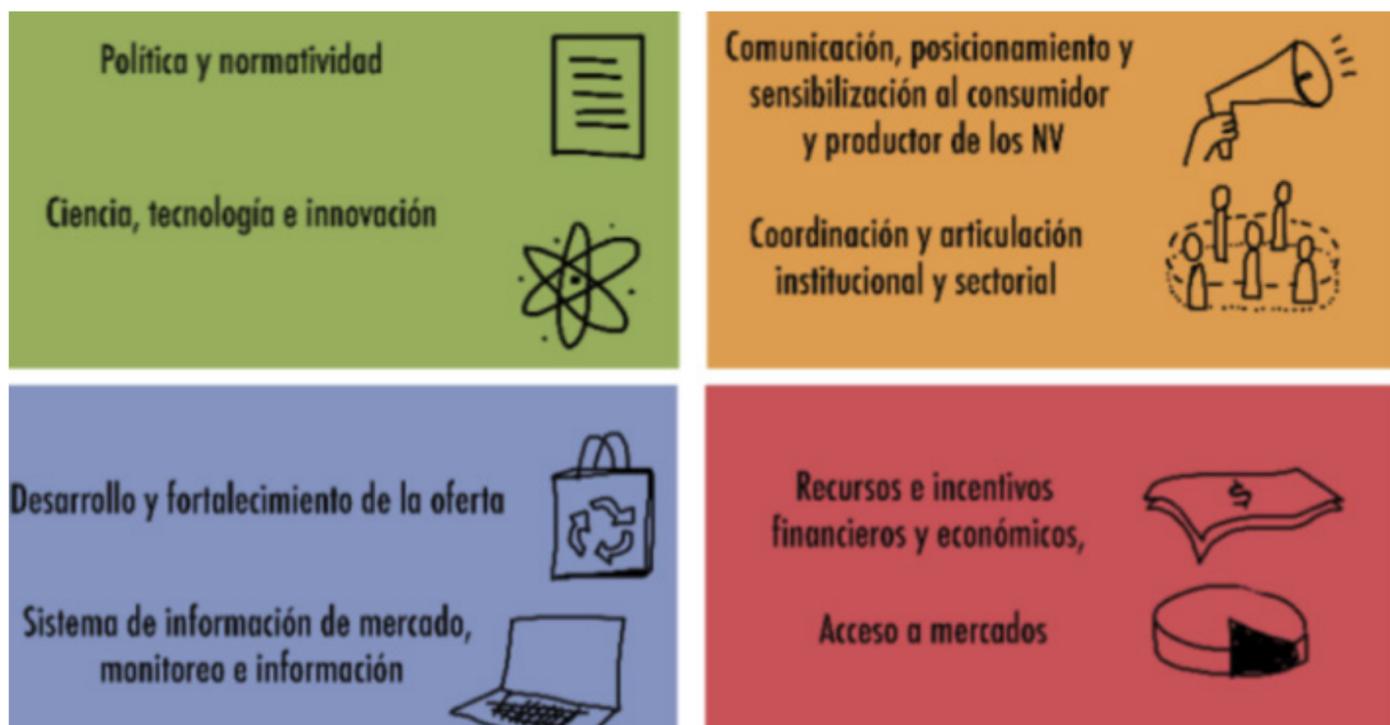
¿Cómo se integra las 8 líneas estratégicas durante la metodología?

En las siguiente graficas podrás comprender la integración de las 8 líneas en el proceso propuesto en la metodología:



8 Líneas estratégicas

para implementar los PRNV y cumplir el PND 2014 - 2018





Recuerda que la ONVS del MADS podrá responder cualquier inquietud y apoyar las gestiones pertinentes para realizar las actividades estratégicas.

Pasos para desarrollar la metodología



Planeación

Cumplimiento de la meta 1 PND

Su objetivo:

1. Identificar el interés y las capacidades a nivel regional para el emprendimiento y el fomento de los NV.
2. Lograr el compromiso de la A.A. con el PNNV y el PRNV.
3. Construcción de la Hoja de Ruta (Plan de Trabajo) para la implementación del PRNV



Articulación de actores (Mesa interinstitucional)

Cumplimiento de la meta 2 PND

Su objetivo:

1. Conformación de la Ventanilla/ Nodo de Negocios Verdes.
2. Realización de alianzas o acuerdos con otras instituciones para la implementación del PRNV.



Acompañamiento técnico

Cumplimiento de la meta 3 PND

Su objetivo:

1. Interiorizar la definición de los Negocios Verdes.
2. Dar a conocer los criterios determinados para su identificación y verificación.
3. Acompañamiento y seguimiento a empresarios y emprendedores



Comercialización

Su objetivo:

1. Potenciar la oferta y demanda de Negocios Verdes.
2. Promover estrategias de comercialización local y nacional de Negocios Verdes.

Proceso de identificación y verificación de los criterios de Negocios Verdes⁶

Recuerda que:



La aplicación de los criterios de negocios verdes, son una herramienta de acompañamiento técnico para la región y deben ser incluidos de forma importante en los planes de las Ventanillas.

El proceso para identificar negocios verdes y desarrollar su plan de mejoramiento cuenta con actores importantes, que han participado en el proceso de planificación de la ventanilla o nodo:



El verificador:

Puede ser un funcionario de la Autoridad Ambiental, con conocimiento en los criterios de NV.



Empresario/a o Emprendedor/a de Negocio Verde:

Persona natural o jurídica que provee bienes o servicios que potencialmente puedan estar catalogados como Negocios Verdes.



Institución de apoyo:

Que tenga algún tipo de alianza con la A.A, que apoye el fomento y promoción de los NV.

⁶ La metodología de verificación se describe detalladamente en la "Guía de Verificación y Evaluación de Criterios de Negocios Verdes" del MADS, 2016. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/1384-plantilla-negocios-verdes-y-sostenibles-39#documento-interés>

Ahora veremos cómo se implementa el proceso de verificación y mejoramiento, el cual se desarrolla en cinco (5) pasos claves

Pasos de verificación:

Paso 1: Verificación preliminar

Se diligencia el formato de inscripción con el fin de registrar la información general de la iniciativa, así como categorizar la iniciativa dentro de los subsectores de negocios verdes.

Paso 2: Verificación en campo

Visita a la iniciativa, donde podrá corroborar el cumplimiento de los aspectos legales, y los criterios ambientales, económicos y sociales.

Paso 3: Evaluación de la iniciativa

En este paso el verificador evaluará internamente la información recolectada y estimará la calificación correspondiente del bien o servicio.

Paso 4. Plan de Mejoramiento

Construcción del Plan de Mejoramiento, que incluye las acciones que deben ser tomadas por la iniciativa de NV, para subsanar aquellas falencias encontradas durante la verificación de los criterios.

Paso 5. Implementación y verificación del plan de mejoramiento

El empresario iniciará un mejoramiento continuo para avanzar en el cumplimiento de los criterios, conforme al plan de mejoramiento entregado. Se espera que la A.A. verifique el cumplimiento del plan.



Pasos de verificación de criterios de negocios verdes⁷.

⁷ Ibid, página 11



Formatos para el proceso de verificación (podrá acceder a los formatos **AQUÍ:**



Criterios de Negocios Verdes

- Formato hoja de verificación 1.
- Formato hoja de verificación 2.

Plan de mejora

- Hoja plan de mejora.

Información

- Formato de inscripción.
- Formato de información ambiental y social.

Aspectos ambientales y sociales requeridos por la ley

- Formato de aspectos ambientales y sociales

La ONVS ha construido las herramientas que apoyan el proceso de verificación:

DOS formatos que permiten levantar la información general del negocio.

UN formato que incluyen los aspectos ambientales y sociales requeridos por la ley.

DOS formatos que incluyen los indicadores para la verificación de los criterios de negocios verdes.

UN formato con la plantilla del plan de mejora.

El plan de mejora en los negocios verdes:

Son todas aquellas actividades para alcanzar un mejoramiento continuo con el fin de lograr satisfactoriamente el cumplimiento de los criterios de los negocios verdes.

El Plan de mejora busca:

- ✓ Contar con procesos más competitivos y eficaces en la empresa,
- ✓ Conocer las causas que ocasionan los problemas y encontrar su posible solución.
- ✓ Definir prioridades y la estrategia que se debe seguir.
- ✓ Realizar control y seguimiento de las acciones que buscan corregir los problemas que se presenten en los procesos.
- ✓ Determinar en un plan, las actividades a realizar, su control y seguimiento.
- ✓ Aumentar la eficacia y la eficiencia de la empresa.

¡Recuerda !

que el plan de mejora es el último proceso en la verificación de los criterios de negocios verdes, en este paso “el verificador” diligencia la Hoja Plan de Mejoramiento, que incluye las acciones que deben ser tomadas por la iniciativa de NV para subsanar aquellas falencias encontradas durante la verificación de los criterios.

El formato “Plan de mejora”, propuesto por la ONVS del MADS, facilita la definición de estrategias de mejoramiento que incluye actividad, el resultado esperado, actor que puede apoyar el desarrollo de la estrategia y un cronograma tentativo como podemos ver a continuación:

Formato Plan de mejora

		PLAN DE MEJORA VENTANILLA NEGOCIOS VERDES				 														
F-001																				
Versión: 1																				
Nivel 0																				
No.	Aspectos	Acciones Correctivas por Subcriterio (Son todas aquellas actividades para alcanzar un mejoramiento continuo con el fin de lograr el cumplimiento de los criterios de los negocios verdes). Estas acciones deben estar de acuerdo a los medio de verificación de cada uno de los criterios de NV).	Actor que podría participar en la Actividad	Resultado Esperado	Cronograma (meses)												Observaciones			
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
0.0	Cumplimiento legal																			
0.1	Condiciones laborales																			
0.2																				
0.3																				
0.4																				

¡ Recuerda !

que en las ventanillas de negocios verdes de las A.A., los empresarios o emprendedores pueden trabajar conjuntamente en definir las estrategias más pertinentes, viables para el avance en el mejoramiento económico, social y ambiental del negocio.

1. Recorrido en campo

Se diligencia el formato de inscripción con el fin de registrar la información general de la iniciativa, así como categorizar la iniciativa dentro de los subsectores de negocios verdes.



Es clave la asesoría en la elaboración del Plan de Mejora teniendo en cuenta el desarrollo de la evaluación de los criterios de NV en campo. Para la Corporación Ambiental, se sugiere implementar el siguiente recorrido:

2.

Entrega del documento “Plan de Mejora” al negocio para la implementación de los cambios. Se considera que una empresa debe pasar con mínimo de cumplimiento el 60% para ser considerada un Negocio Verde.



3.

Seguimiento por parte de la A.A. para verificar los ajustes realizados.



Ejemplo de diseño de plan de mejora a partir de los resultados de la verificación, en lo relacionado con Impacto ambiental positivo:

Objetivo Criterio	Temática	Actividades Específicas	Indicador	Actor que podría participar de la actividad	Fecha	Resultado esperado (productos)
Criterio 2: Impacto ambiental positivo						
Generar una reducción en el impacto negativo generado en el proceso productivo enfocado a la preservación y conservación de los recursos.	Organizacional y planeación estratégica	Generar un mapa de zonificación ambiental (zona de producción, zona de conservación, zona de vivienda etc, por medio de la herramienta SIG (Sistema de Información Geográfico), con el cual se realizarán los modelamientos cartográficos con los que se delimitarán cada una de las unidades de zonificación).	I = # Actividades cumplidas / # Actividades propuestas Valor esperado I=100%	CAR regional	12 meses	Programa de conservación y protección de los ecosistemas naturales presentes
	Comercial	Elaborar un plan de conservación y protección de los ecosistemas naturales presentes en las fincas, documentando las prácticas que adelantan como el uso de cercas vivas, el no uso de químicos, la aplicación de controles biológicos para las plagas, etc.				

10. 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?

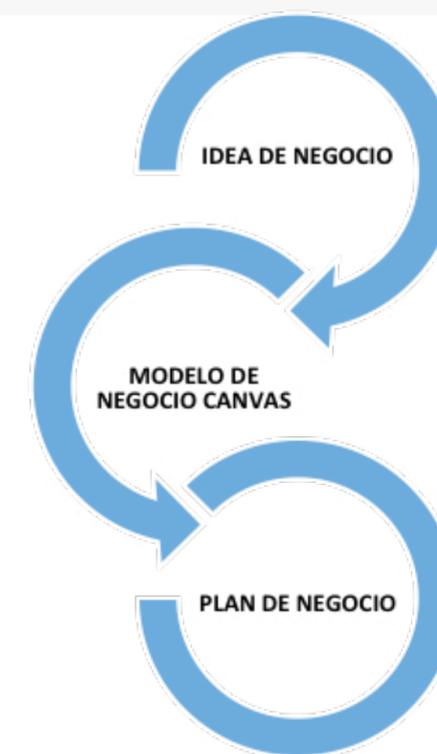


Son una oportunidad para acceder a nuevas formas de direccionar negocios y acceder a nuevos mercados.

¿Cómo lograrlo? Iniciaremos con el modelo de negocio.

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:



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

Fuentes de financiamiento:

Una oportunidad de Negocio Verde, 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.

	<p>Fondo Emprender⁸. 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.</p>
	<p>COLCIENCIAS⁹. 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, siempre que se enmarquen en Ciencia Teología e Innovación.</p>
	<p>Colombia BIO: Uno de los programas relacionados con la promoción de los Negocios Verdes es Colombia BIO¹⁰, 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.</p>
	<p>INNPULSA¹¹: La institución del Gobierno Nacional, creada en febrero de 2012, para apoyar y promover el crecimiento empresarial extraordinario, es decir, a 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.</p>

Comunicación y comercialización de Negocios Verdes e Inclusivos

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.

⁸ Recuperado de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/QueEsFondoEmprender.aspx>

⁹ Recuperado en <http://www.colciencias.gov.co/>

¹⁰ Recuperado en: <http://www.colciencias.gov.co/convocatorias/colombiabiio>

¹¹ Recuperado de <https://www.innpulsa.com/es>

Es importante resaltar que los negocios verdes los generan la oferta (empresas, cadenas de valor, productores) y la demanda (consumidores), así que tenemos un porcentaje importante de responsabilidad en la selección de lo que compramos y cómo a través de nuestros hábitos de compra imprimimos dinamismo al mercado para este tipo de empresas.

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.expoartesanias.com/</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>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:

- ✓ Está 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.

11. Resumen

La consolidación de los Negocios Verdes e Inclusivos como principal renglón de la economía nacional, requiere de esfuerzos nacionales y regionales. Por esta razón las políticas nacionales y los programas regionales acompañados de metodologías para su implementación, son la herramienta principal para corporaciones ambientales, y organizaciones que hacen parte de las ventanillas o nodos de negocios verdes.

Por medio de las categorías y criterios de negocios verdes las corporaciones ambientales podrán identificar el potencial de negocios en la región. Para consolidar los negocios es necesario de modelos inclusivos, de asesoramiento de organizaciones de desarrollo empresarial y de emprendimiento para garantizar que una idea de negocio sea viable y competitiva.

El contenido de esta sesión resumen es una herramienta para las A.A, ventanillas de Negocios verdes, emprendedores verdes, empresarios que quieren avanzar en la incorporación de estándares que permitan a los negocios ser rentables, socialmente inclusivos y ambientalmente responsables.

