**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Comercio de productos sostenibles |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 220201079 - Coordinar campaña ambiental según estrategias de promotoría y normativa. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 220201079-02 - Clasificar productos sostenibles según campaña ambiental y necesidades del mercado objetivo. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF05 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Productos y negocios sostenibles |
| BREVE DESCRIPCIÓN | En este componente se estudian temas que ayudan a identificar oportunidades de negocios verdes, organización de productos sostenibles, uso de ficha técnica e identificación de ecoetiquetas que son requeridos para los negocios verdes, y así evitar el impacto negativo en el medio ambiente, la comunidad o la sociedad en su conjunto, incorporando buenas prácticas que soportan el desarrollo económico de los negocios sostenibles. |
| PALABRAS CLAVE | Campaña ambiental, ecoetiqueta, ficha técnica, medio ambiente, negocios verdes, productos sostenibles |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 - VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**1. ¿Qué es Mercadeo Verde (Green Marketing)?**

1.1 Ventajas y desventajas del mercado verde

1.2 Implementación de una estrategia de mercado verde en una empresa

1.3 Ejemplos de mercadeo verde en el mundo

1.4 Factores de éxito del mercado verde

**2. Producción sostenible**

2.1. Beneficios en la producción

2.2 Productos ecológicos

2.3 Productos biodegradables

2.4 Productos orgánicos

**3. Campaña ambiental**

3.1 Técnicas de recolección de información

3.1.1 Método de observación

3.1.2 Cuestionarios o encuestas

3.1.3 Grupos focales

3.1.4 Entrevistas

**4. Envases, empaques y embalajes ecológicos o biodegradables**

4.1 Envases ecológicos y biodegradables

4.2 Empaques ecológicos y biodegradables

4.3 Embalajes ecológicos y biodegradables

4.4 Ficha técnica

4.5 Sello ambiental

4.6 Ecoetiquetas y declaraciones ambientales

1. **INTRODUCCIÓN**

En este componente se proporcionan elementos para desarrollar capacidades y garantizar el cumplimiento para clasificar productos sostenibles según campaña ambiental y necesidades del mercado objetivo, mediante el desarrollo de negocios verdes, productos sostenibles, campaña ambiental, envases, empaques y embalajes ecológicos. El siguiente video como proceso introductorio y contextual del componente formativo, muestra cómo algunas empresas verdes son pioneras en la sostenibilidad, lo cual servirá de punto de partida para la temática que se tratará:



1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**
2. **Negocios verdes - ¿Qué es Mercadeo Verde (Green Marketing)?**



1. **Producción sostenible**



**2.2 Productos ecológicos**

Son productos que se cultivan sin utilizar ningún tipo de insumo químico, aditivos y métodos perjudiciales para el ecosistema y la salud humana en todas las etapas de producción.

A continuación se pueden observar algunas de sus características:



**2.3 Productos biodegradables**

Los residuos biodegradables son todos los productos que se pueden descomponer fácilmente de forma natural mediante el agua, el oxígeno, los rayos del sol, la radiación o los microorganismos.

Las sustancias no biodegradables no pueden ser descompuestas por los organismos naturales, por lo que pueden actuar como fuente de contaminación.

En el siguiente video, se habla sobre los productos biodegradables y su tratamiento, se invita a observarlo para aclarar lo relacionado con esta temática:

.

**2.4 Productos orgánicos**

La característica principal de los productos orgánicos es que su proceso de producción está libre de plaguicidas, fertilizantes químicos. Son productos libres de hormonas, antibióticos, colorantes y saborizantes artificiales

Los alimentos ecológicos certificados por el departamento de agricultura de Estados Unidos, USDA se cultivan y procesan de acuerdo con las directrices gubernamentales que abordan, entre otros muchos factores, así:



En el mercado colombiano un producto que sea considerado como orgánico, debe ser regulado por la Resolución 0187/06 y Resolución 0199/16 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; reguladas por organismos de control acreditados por la ONAC, organismo Nacional de Acreditación.

1. **Campaña ambiental**

Una campaña ambiental abarca diferentes conceptos y herramientas que sirven de guía para su desarrollo, es muy importante valorar, cuidar y conservar nuestro entorno natural.

A continuación se destacan algunas herramientas y conceptos:



He aquí algunas de las formas usadas en campañas ambientales más usadas que se han ideado para intentar convencer al público de que recicle sus residuos:

| Maqueta de lata de sardina PSD gratuito  Fuente: <https://img.freepik.com/psd-gratis/maqueta-lata-sardina_1051-2891.jpg?w=826&t=st=1655061974~exp=1655062574~hmac=05a9d8ff09ec5d44d9623ed82b9dfb2d3d998efbe316e8c280b9e2f0ab76c49> |
| --- |
| Una forma muy acertada de cómo hacer hincapié en la fecha de caducidad del contenido de los alimentos aunque se ignora por completo cuándo caducará su envase. En este ejemplo, un tarro de sardinas, el tarro no caducará hasta dentro de 4000 años. Se trata de una muestra muy sencilla que permite a la gente replantearse cómo se deshace de los envases y que puede presionar a los fabricantes para que también tengan en cuenta el diseño de sus envases. |

| Colección de colillas de cigarrillos en la playa de la costa con el telón de fondo del cielo azul y el mar Foto Premium  Fuente: <https://img.freepik.com/foto-gratis/coleccion-colillas-cigarrillos-playa-costa-telon-fondo-cielo-azul-mar_505281-334.jpg?w=996> |
| --- |
| Surfrider es una organización benéfica famosa por sus grandes campañas de concienciación y ésta no es una excepción. Butts-n-bits es una gran ejecución de una idea sencilla. Con 200 millones de libras de colillas desechadas en los Estados Unidos cada año, en el futuro estas colillas representan todo lo que el océano podría ofrecer. |

| Contaminación del mar por basura plástica, basura bajo el agua vector gratuito  Fuente. <https://img.freepik.com/vector-gratis/contaminacion-mar-basura-plastica-basura-agua_107791-1587.jpg?t=st=1655062225~exp=1655062825~hmac=5b1ac67e96ada5b2828ebea4fa0773ef7ade23c2f28a9c0e1c1c68ce50db7301&w=900> |
| --- |
| Aunque no es una campaña específica sobre el reciclaje, esta campaña de la agencia brasileña aborda el tema general de cómo se trata el medio ambiente en general.  Esta campaña para ondazul.org.br se basa en el hecho de que poca gente piensa en las consecuencias de sus acciones cuando se trata del medio ambiente.  La campaña saca a relucir las consecuencias de las acciones humanas y cómo estas acciones sólo son autodestructivas. |

| Para estas temáticas por favor hacer reúso del programa 222321 - Promotoría en manejo ambiental.  CF03. Campaña ambiental  Ruta:  [https://drive.google.com/drive/folders/1YZ9-Wyi8GwoyitD6O8-kPlRJX3xPYq0e?usp=sharingr92r2afJrXsbRWE](https://drive.google.com/drive/folders/1PKTwC8lHhnfG3Afcpr92r2afJrXsbRWE)  Temáticas:  1.Técnicas de recolección de información  1.1. Método de observación  1.2. Cuestionarios o encuestas  1.3. Grupos focales  1.4. Entrevistas  En este caso el subnumeral será colocado como subtítulos con negrilla y deben tener la numeración acorde a este CF; es decir:  3.1 Técnicas de recolección de información  3.1.1 Método de observación  3.1.2 Cuestionarios o encuestas  3.1.3 Grupos focales  3.1.4 Entrevistas |
| --- |

1. **Envases, empaques y embalajes ecológicos o biodegradables**

| Para esta temática por favor hacer reúso del programa 621102 - Negocios verdes.  CF07. Propuesta de negocio verde.  Ruta: <https://drive.google.com/drive/folders/1g5dH8617llMaL8r_YjFaVyrCp23UMGtY?usp=sharing>  Temáticas:  2.1 Envases, empaques y embalajes ecológicos o biodegradables  2.1.1 Envases ecológicos y biodegradables  2.1.2 Empaques ecológicos y biodegradables  2.1.3 Embalajes ecológicos y biodegradables  En este caso el subnumeral será colocado como subtítulos con negrilla y deben tener la numeración acorde a este CF; es decir:  4. Envases, empaques y embalajes ecológicos o biodegradables  4.1 Envases ecológicos y biodegradables  4.2 Empaques ecológicos y biodegradables  4.3 Embalajes ecológicos y biodegradables |
| --- |

**4.4. Ficha técnica**

La ficha técnica es un documento conciso con datos técnicos sobre el producto. Los compradores exigen datos técnicos detallados y una muestra para su análisis a fin de determinar la calidad del producto y asegurarse de que cumple sus requisitos. En una fase posterior de las negociaciones, los compradores también exigen documentación de la empresa, como certificados de gestión del medio ambiente, INVIMA, etc.

Los siguientes son los pasos básicos de una ficha técnica para productos alimentarios naturales:



| **Llamado a la acción**  A continuación, se presenta un ejemplo de ficha técnica para un tablero digital de la marca registrada LG. La idea es que se visualice, pero solo con el propósito de saber cómo se crea dicha ficha técnica.  **Clic para ver** |
| --- |

Una ficha técnica se utiliza tanto con fines informativos como publicitarios. Desde el punto de vista informativo, contiene consejos útiles sobre el producto, como por ejemplo cómo utilizarlo, de qué está hecho, qué cosas hay que tener en cuenta al utilizar el producto y su nombre oficial y las especificaciones estándar de la industria. Desde el punto de vista del *marketing*, puede contener fotos e ilustraciones en color, así como secciones enteras en las que se describen los beneficios que el producto aportará al usuario final.

A continuación, se comparte otro ejemplo de ficha técnica, pero este ya elaborado en el SENA:

**Texto

Descripción generada automáticamente con confianza baja**

**4.5 Sello ambiental**

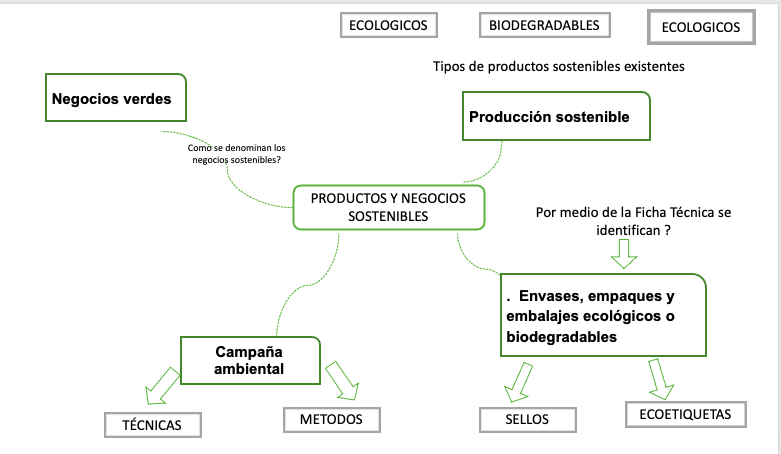
| Para esta temática por favor hacer reúso del programa 621102 - Negocios verdes.  CF03. Marco de referencia de Negocios Verdes.  Ruta: <https://drive.google.com/drive/folders/16hmKhx1Ixj9MPvJ5xhuFcFGFriNAtpd6?usp=sharing>  Temática:  3.5. Sello ambiental  En este caso el subnumeral será colocado como subtítulos con negrilla y deben tener la numeración acorde a este CF; es decir:  4.5. Sello ambiental |
| --- |

**4.6 Ecoetiquetas y declaraciones ambientales**

| Para esta temática por favor hacer reúso del programa 21240003 - Estrategias para la incorporación de criterios de sostenibilidad.  CF-1 El futuro de la materialidad y estrategias que generan valor.  Ruta: <https://drive.google.com/drive/folders/179D0Khp8SDzUDoK9ENvdRfbPHMZWpmDL?usp=sharing>  Temática:  4.2. Ecoetiquetas y declaraciones ambientales.  En este caso el subnumeral será colocado como subtítulos con negrilla y deben tener la numeración acorde a este CF; es decir:  4.6. Ecoetiquetas y declaraciones ambientales. |
| --- |

1. **SÍNTESIS**

A continuación, se presenta el diagrama que representa el resumen de las temáticas que están desarrolladas en el componente formativo:



1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS**

| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| --- | --- |
| Nombre de la Actividad | Desarrollo de negocios verdes y productos sostenibles. |
| Objetivo de la actividad | Identificar los términos y conceptos con el fin de asociar su significado al desarrollo de diferentes actividades relacionadas con negocios verdes y productos sostenibles. |
| Tipo de actividad sugerida | Asociación. |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | Anexos / Actividad didáctica CF5 |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. 1. ¿Qué es Mercadeo Verde (Green Marketing)? | Samper, J., Cañas, L. (2017). Acciones y prácticas de mercadeo verde en empresas colombianas (casos de estudio). *Revista de Economía & Administración, 5*(2), p. 139-158. <https://www.academia.edu/3302778/ACCIONES_Y_PR%C3%81CTICAS_DE_MERCADO_VERDE_EN_EMPRESAS_COLOMBIANAS_CASOS_DE_ESTUDIO_?from=cover_page> | Artículo | <https://www.academia.edu/3302778/ACCIONES_Y_PR%C3%81CTICAS_DE_MERCADO_VERDE_EN_EMPRESAS_COLOMBIANAS_CASOS_DE_ESTUDIO_?from=cover_page> |
| 2. Producción sostenible | Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). *Aprendamos sobre negocios verdes y sostenibles*. [Vídeo].  YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rfD-UKuod18> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=rfD-UKuod18> |
| 2. Producción sostenible | Ellen MacArthur Foundation. (2021). *Rethinking Progress. [*Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RstFV_n6wRg> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=RstFV_n6wRg> |
| 3. Campaña ambiental | Asociación Quercus. (2013)  *Stop Global Warming.*  [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5vYsRrwusHE> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=5vYsRrwusHE> |
| 4. Envases, empaques y embalajes ecológicos o biodegradables | Henry, J. (2010). *La Línea De Empaque Del 2020: Gran Parte De Las Bases Ya Están Establecidas. Solo Necesitamos Continuar Su Desarrollo.* Industria Alimenticia 21.7 28. Web. <https://sena-primo.hosted.exlibrisgroup.com/permalink/f/1i756fj/TN_cdi_gale_infotracmisc_A233497912> | Articulo | <https://sena-primo.hosted.exlibrisgroup.com/permalink/f/1i756fj/TN_cdi_gale_infotracmisc_A233497912> |
| 4.5 Sello ambiental | Encolombia. (s.f.). *Sello Ambiental.* <https://encolombia.com/economia/info-economica/negocios-verdes/sello-ambiental/> | Articulo | <https://encolombia.com/economia/info-economica/negocios-verdes/sello-ambiental/> |

1. **GLOSARIO:**

| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| --- | --- |
| Comercio justo | Es una forma alternativa de comercio, promovida por varias ONG, por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y por los movimientos sociales y políticos que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores. |
| *Compost* | Materiales utilizados para hacer composta: restos de vegetales y frutas, cáscara de huevo, residuos de procedencia animal tallos frescos, hojas secas, entre otros, |
| Desarrollo Sostenible | Desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. |
| Encuestas | Recopilación de información que es proporcionada directamente por los sujetos de estudio, con el fin de obtener actitudes, opiniones o sugerencias de ellos mismos. Así mismo, esta técnica permite aplicaciones masivas. |
| Entrevistas | Técnica de recolección de información muy efectiva en la investigación cualitativa. Se define como una conversación que ofrece un propósito específico además de hablar. Es una herramienta técnica que toma la forma de un diálogo conversacional. |
| Grupos focales | Consiste en que las personas llevan a cabo una reunión donde pueden opinar y solucionar un problema en específico. |
| *Green Marketing* o *marketing green* | El mercadeo verde se define como todas las actividades cuyo objetivo principal es generar y proporcionar cambios dirigidos a satisfacer las necesidades de las personas con la menor huella negativa posible hacia el medio ambiente. Este concepto presenta mucha similitud con la definición de mercadeo tradicional, con diferenciación en causar el menor impacto ambiental negativo al medio ambiente. |
| *Marketing* | Disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El *marketing* analiza la gestión comercial de las empresas, con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. |
| Producción | Elaboración de bienes y servicios en unas condiciones prefijadas. |
| Sostenibilidad | Características del desarrollo que asegura satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Alcaraz, S. (2019). *Embalaje ecológico: Preguntas frecuentes sobre el impacto del embalaje en el medio ambiente*. RAJA Blog. <https://www.rajapack.es/blog-es/embalaje/embalaje-ecologico-preguntas-frecuentes/>

Calderón, M. & Pestana, Y. (2019). *Green marketing, tendencias y su aplicación en proyectos*. Universidad del Rosario.

Organización de las Naciones Unidas. ONU. (2017). *ONU Medio Ambiente, abogando por el consumo y la producción sostenible.*

Ricci, T. (2020). *Marketing verde e innovación*. Universidad del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/30732/RicciCastillo-TitoFederico-2020.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Hitchcock, Darcy E. (2015). The business guide to sustainability: practical strategies and tools for organizations Darcy Hitchcock and Marsha Willard. Third Edition. New York: Routledge,268 pages; 24 cm. <https://lccn.loc.gov/2014042052>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

| Autor (es) | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nelly Parra Guarín | Experta Temática | Regional Huila – Centro de la Industria, la empresa y los Servicios. | Junio 2022 |
| Diego E. Acevedo Guevara | Diseñador Instruccional | Regional Norte de Santander - Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios. | Junio 2022 |
| Andrés Felipe Velandia Espitia | Asesor Metodológico | Regional Distrito Capital – Centro de Diseño y Metrología. | Junio 2022 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Responsable Equipo de Desarrollo Curricular | Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura. | Junio 2022 |
| Jhon Jairo Rodríguez Pérez | Corrector de estilo | Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología. | Junio 2022 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |