



# “PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN ORINOQUÍA

Casanare

Meta

Vichada

Arauca



MINAMBIENTE



**TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**

PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

## **Presidente de la República de Colombia**

Juan Manuel Santos Calderón

## **Ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible**

Gabriel Vallejo López

## **Viceministro de Ambiente**

Pablo Abba Viera

## **Jefe Oficina Negocios Verdes y Sostenibles**

Neider Eduardo Abello Aldana

---

## **Equipo Técnico**

### **Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles:**

José Manuel Díaz Hoyos, Martha Nayibe Hurtado Arenas, Ana Marcela Papamija Hoyos, Ana Karina Quintero Morales, Carlos Edilberto Rodríguez Linares, Diana Alejandra Vinchery Durán.

### **CAEM:**

Fabiola Suarez – Directora Ejecutiva

Juan Pablo Bonilla Gaviria. Consultor Coordinador - Convenio 141 MADS-ASOCARS

### **Diseño y diagramación**

ASOCARS

### **Corrección**

Altavisión Consultores S.A.S.

© Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. 2014.

Todos los derechos reservados. Se autoriza la reproducción y difusión del material contenido en este documento para fines educativos u otros fines no comerciales sin previa autorización de los titulares de los derechos de autor, siempre que se cite claramente la fuente. Se prohíbe la reproducción de este documento para fines comerciales.

Distribución gratuita

# AGRADECIMIENTOS

El Programa Regional de Negocios Verdes es el resultado del esfuerzo conjunto entre el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, las Corporaciones Autónomas Regionales, institutos de investigación, productores y entidades públicas y privadas relacionados con los Negocios Verdes en la Región Orinoquía.

Por ello, la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles agradece los valiosos aportes de los funcionarios del Ministerio, las entidades del Sistema Nacional Ambiental, entidades públicas y privadas, los productores y todos aquellos que participaron en su construcción.



## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>1. OBJETIVO 12</b>	
1.1. Objetivo General.....	12
<b>2. METODOLOGÍA .....</b>	<b>13</b>
<b>3. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>14</b>
3.1. Definición General.....	14
3.2. Definición de categorías, sectores y subsectores de Negocios Verdes .....	15
3.3. Definiciones conceptuales de la categoría Bienes y Servicios Sostenibles Provenientes de los Recursos Naturales .....	16
3.4. Definiciones conceptuales de la categoría Ecoproductos Industriales.....	18
3.5. Definiciones conceptuales de la categoría Mercado de Carbono .....	20
<b>4. CARACTERÍSTICAS Y CRITERIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES.....</b>	<b>21</b>
4.1. Desarrollo de los criterios .....	22
4.1.1. Viabilidad económica del negocio .....	22
4.1.2. Impacto ambiental positivo del bien o servicio .....	22
4.1.3. Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio .....	23
4.1.4. Vida útil.....	23
4.1.5. Sustitución de sustancias o materiales peligrosos.....	23
4.1.6. Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados.....	23
4.1.7. Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio .....	24
4.1.8. Responsabilidad social al interior de la empresa.....	24
4.1.9. Responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa .....	24
4.1.10. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.....	25
4.1.11. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio .....	25
4.1.12. Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos .....	25
4.2. Mecanismos de verificación de los criterios .....	25
<b>5. HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA.....</b>	<b>28</b>
5.1. Instrumentos económicos y tributarios en materia ambiental aplicables a los Negocios Verdes en Colombia .....	28
5.1.1. Instrumentos aplicables en Colombia.....	28
5.2. Ferias para promocionar Negocios Verdes .....	31
5.2.1. Bioexpo .....	31
5.2.2. Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA) .....	31
5.2.3. Expoartesanías .....	32
5.2.4. Feria de las Colonias .....	32
5.2.5. Alimentec .....	32
5.3. Ecodiseño .....	32
5.3.1. Etapas generales en las metodologías de Ecodiseño.....	34
5.4. Nodo de Negocios Verdes .....	34
5.5. Sello Ambiental .....	35
5.5.1. Sello Ambiental Colombiano.....	35
5.5.2. Ilo Ecológico para Alimentos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)....	36
5.5.3. Otros Sellos Ecológicos .....	37
5.6. Mecanismos de financiación.....	41
5.7. Mecanismos de desarrollo y fortalecimiento para la promoción de los Negocios Verdes en Colombia .....	49

<b>6.</b>	<b>POLÍTICAS NACIONALES Y NORMATIVIDAD RELACIONADA CON LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA .....</b>	<b>52</b>
6.1.	Políticas que enmarcan a los Negocios Verdes.....	52
<b>7.</b>	<b>ACTORES NACIONALES DE ORDEN PÚBLICO Y PRIVADO RELACIONADOS CON LOS NEGOCIOS VERDES .....</b>	<b>53</b>
<b>8.</b>	<b>ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRNV .....</b>	<b>55</b>
8.1.	Funcionalidad del esquema .....	56
8.1.1.	Ámbito nacional.....	57
8.1.2.	Ámbito regional .....	57
<b>9.</b>	<b>CONTEXTO REGIONAL.....</b>	<b>59</b>
9.1.	Características generales de la Región Orinoquía .....	59
9.1.1.	Territorio.....	59
9.1.	Caracterización social.....	60
9.1.1.	Demografía .....	60
9.1.2.	Educación.....	62
9.1.3.	Empleo y necesidades básicas insatisfechas (NBI).....	63
9.2.	Caracterización económica .....	64
9.2.1.	Producto Interno Bruto (PIB) .....	64
9.2.2.	Producto Interno Bruto per cápita (PIB per cápita) .....	65
9.2.3.	Economía Regional por ramas de actividad .....	66
9.2.4.	Exportaciones no tradicionales.....	67
9.2.5.	Usos del suelo .....	67
9.3.	Caracterización ambiental .....	68
9.3.1.	Áreas protegidas.....	68
9.3.2.	Biodiversidad .....	68
9.3.3.	Manejo de residuos .....	69
9.4.	Negocios verdes en la región .....	69
9.4.1.	Planes de acción de las autoridades ambientales .....	70
9.4.2.	Planes de desarrollo departamentales .....	70
9.4.3.	Planes regionales de competitividad .....	71
9.4.4.	Agendas Internas (Apuestas productivas) .....	72
9.4.5.	Identificación de la oferta regional de productos en Negocios Verdes .....	74
9.4.6.	Particularidades regionales para el desarrollo de Negocios Verdes .....	75
<b>10.</b>	<b>PLAN DE ACCIÓN REGIONAL.....</b>	<b>78</b>
10.1.	Plan de acción: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y al productor sobre los Negocios Verdes .....	80
10.2.	Plan de acción: Política y normatividad .....	81
10.3.	Plan de acción: Ciencia, tecnología e innovación .....	84
10.4.	Plan de acción: Recursos/incentivos económicos y financieros .....	86
10.5.	Plan de acción: Acceso a mercados .....	88
10.6.	Plan de acción: Coordinación y articulación institucional/sectorial .....	90
10.7.	Plan de acción: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación .....	92
10.8.	Plan de acción: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta .....	94
	<b>Fuente: CAEM, 2013.....</b>	<b>95</b>
	<b>GLOSARIO .....</b>	<b>96</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>99</b>
	<b>ABREVIATURAS .....</b>	<b>110</b>

## LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. “Mecanismos de verificación”</i> .....	26
<i>Tabla 2. Instrumentos Económicos, financieros y tributarios aplicables en Colombia</i> .....	28
<i>Tabla 3. Bioexpo: Fechas y lugares donde se ha llevado a cabo</i> .....	31
<i>Tabla 4. Normas Técnicas Colombianas (NTC)</i> .....	36
<i>Tabla 5. Descripción de Sellos Ecológicos utilizados en diferentes países del Mundo</i> .....	37
<i>Tabla 6. Descripción de herramientas financieras de entidades públicas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia</i> .....	41
<i>Tabla 7. Descripción de herramientas financieras de entidades privadas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia</i> .....	46
<i>Tabla 8. Descripción de herramientas de desarrollo para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia</i> .....	49
<i>Tabla 9. Necesidades identificadas y soluciones planteadas de acuerdo al esquema de mercado</i> .....	55
<i>Tabla 10. NBI según condiciones de vivienda en la Región Orinoquía</i> .....	64
<i>Tabla 11. Región Orinoquía: Exportaciones no tradicionales 2011</i> .....	67
<i>Tabla 12. Diversidad de especies en la Región Orinoquía</i> .....	69
<i>Tabla 13. Producción y manejo de residuos domiciliarios en la Región Orinoquía</i> .....	69
<i>Tabla 14. Región Orinoquía: Apuestas productivas Regionales, Agendas internas</i> .....	73
<i>Tabla 15. Identificación de áreas de generación de productos nativos para uso alimenticio en la Región Orinoquía (2011)</i> .....	74
<i>Tabla 16. Particularidades de la Región Orinoquía para la promoción y desarrollo de Negocios Verdes</i> ....	76
<i>Tabla 17. Línea Estratégica de Intervención N° 1: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y al productor sobre los Negocios Verdes</i> .....	80
<i>Tabla 18. Línea Estratégica de Intervención N° 2: Política y normatividad</i> .....	81
<i>Tabla 19. Línea Estratégica de Intervención N° 3: Ciencia, tecnología e innovación</i> .....	84
<i>Tabla 20. Línea Estratégica de Intervención N° 4: Recursos/incentivos económicos y financieros</i> .....	86
<i>Tabla 21. Línea Estratégica de Intervención N° 5: Acceso a mercados</i> .....	88
<i>Tabla 22. Línea Estratégica de Intervención N° 6: Coordinación y articulación institucional/sectorial</i> .....	90
<i>Tabla 23. Línea Estratégica de Intervención N° 7: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación</i> .....	92
<i>Tabla 24. Línea Estratégica de Intervención N° 8: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta</i> .....	94

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Distribución territorial de la Región Orinoquía .....	59
Gráfica 2. Distribución poblacional por departamentos en la Región Orinoquía .....	60
Gráfica 3. Pertenencia étnica en la Región Orinoquía .....	60
Gráfica 4. Saldo neto migratorio en la Región Orinoquía.....	62
Gráfica 5. Tasa de analfabetismo en la Región Orinoquía .....	63
Gráfica 6. Porcentaje de personas con NBI en la Región Orinoquía .....	63
Gráfica 7. Distribución porcentual del PIB por departamentos de la Región Orinoquía .....	65
Gráfica 8. Producto Interno Bruto per cápita de la Región Orinoquía, a precios corrientes .....	65
Gráfica 9. Valor agregado, por grandes ramas de actividad económica, a precios corrientes (miles de millones de pesos), en la Región Orinoquía .....	66
Gráfica 10. Distribución de la superficie según uso del suelo, Región Orinoquía .....	67
Gráfica 11. Distribución porcentual de Parques Nacionales Naturales en los departamentos de la Región Orinoquía .....	68
Gráfica 12. Proyectos en los planes de acción en relación con Negocios Verdes, según sectores en la Región Orinoquía .....	70
Gráfica 13. Proyectos en los planes de desarrollo departamentales relacionados con Negocios Verdes, según sectores en la Región Orinoquía .....	71
Gráfica 14. Número de proyectos relacionados con Negocios Verdes en los planes regionales de competitividad, según sectores en la Región Orinoquía.....	72
Gráfica 15. Número de Apuestas productivas relacionadas con Negocios Verdes incluidas dentro de las agendas internas regionales, según sectores en la Región Orinoquía .....	73
Gráfica 16. <b>Oferta en productos maderables en la Región Orinoquía</b> .....	75

## LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Clasificación de los “Negocios verdes” .....</i>	<i>14</i>
<i>Figura 2. Categorías de Negocios Verdes en Colombia.....</i>	<i>15</i>
<i>Figura 3. Clasificación de la categoría Bienes y Servicios Sostenibles Provenientes de los Recursos Naturales. .....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 4. Clasificación de la categoría: Ecoproductos Industriales.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 5. Etapas generales del ecodiseño .....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 6. Planes estratégicos y políticas nacionales e internacionales relacionadas con los Negocios Verdes .....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 7. Identificación de los actores de carácter privado relacionados con Negocios Verdes .....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 8. Identificación de los actores de carácter público relacionados con los Negocios Verdes.....</i>	<i>54</i>



# INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, alrededor de la década de los 70, se tuvieron las primeras aproximaciones que visualizaban un desarrollo económico en armonía con la sostenibilidad ambiental y la conservación de los recursos naturales. En décadas posteriores, esta visión se fue estructurando con la aparición de conceptos como Desarrollo Sostenible, que contempla una estrecha relación entre los aspectos económicos, ambientales y sociales.

Estos avances han llevado, luego, a la promoción del consumo verde, al nacimiento de nuevos productos que generan un menor deterioro sobre los recursos naturales y al impulso de aquellos provenientes del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad. En la primera década del siglo XXI, estos productos se han venido consolidando y posicionando en todo el mundo y se estima una tendencia creciente para lo que queda de la década actual y para la próxima.

En el año 2010, por mencionar algunos ejemplos, el comercio mundial de productos orgánicos fue alrededor de 45.000 millones de dólares, con una tasa de crecimiento anual del 10% (Organic Monitor 2010). Los productos forestales certificados con criterios ambientales generaron, para el año 2008, unas ventas de 5 billones de dólares; los productos agrícolas certificados (agrupa toda clase de certificación ambiental), 40 billones de dólares; y aquellos generados con el instrumento de pago por servicios ecosistémicos relacionados con el agua, 5,2 billones de dólares. Para el año 2020, se estima un crecimiento del comercio de estos productos de entre el 100% y el 500% (TEEB, 2010. The Economics of Ecosystems and Biodiversity. Report for Business).

Colombia tiene un gran potencial para posicionar y consolidar una oferta que cumpla las características arriba mencionadas, debido a la gran cantidad y variedad de recursos aprovechables de manera sostenible y a las posibilidades de mejoramiento ambiental en diferentes sectores.

En el marco del desarrollo de los Programas Regionales de Negocios Verdes, la Región Orinoquía comprende los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada. Este documento muestra el contexto en el que se desarrolla la zona, con el fin de identificar sus capacidades, potencialidades y limitaciones, lo que en consecuencia significará un avance para la implementación de iniciativas de Negocios Verdes.

La Región Orinoquía tiene una extensión de 254.335 Km<sup>2</sup>, equivalente al 22,3% de la superficie total del país, y concentra el 3,3% de la población nacional, con 1.507.683 habitantes. Vichada ocupa el 39,4% de la superficie de la región, seguido de Meta (33,7%), Casanare (17,6%) y Arauca (9,4%). Hacen parte de la región 59 municipios, de los cuales 29 corresponden a Meta, 19 a Casanare, 7 a Arauca y 4 a Vichada.

Los Negocios Verdes en la Región Orinoquía representan una oportunidad viable para estabilizar las dinámicas poblacionales, tan afectadas por el índice de población flotante que acarrea la cadena de negocios de los hidrocarburos, pues este territorio es el de mayor exploración, explotación y producción en el país. Sin embargo, las ventajas comparativas que posee por su diversidad y riqueza natural propician la prestación de servicios ecoturísticos, el aprovechamiento de la fauna y de los productos naturales no maderables (frutas y flores exóticas para el mundo) y el desarrollo de sistemas agropecuarios sostenibles, entre otros.

En el Informe sobre el Estado de la Biodiversidad en Colombia 2006-2007, publicado por el Instituto Humboldt, la Región Orinoquía ocupa el segundo lugar en peces, el tercer lugar en mamíferos, y el cuarto en anfibios y reptiles. El total de especies en la región representa el 9,2% del comparativo nacional.

Teniendo en cuenta el gran potencial de los Negocios Verdes en el país, en el año 2002, el entonces llamado Ministerio de Ambiente publicó el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes. En el período 2002-2007 apoyó a 286 Pymes y a algunas organizaciones de base comunitaria vinculadas. Se desarrollaron cuatro (4) convenios de comercialización con cadenas de grandes superficies, generando unas ventas en unidades de 351.017 (productos con características ambientales), que correspondieron a \$949.683.539 (COP) para el año 2006. En el lapso transcurrido se han realizado cinco (5) versiones de Bioexpo Colombia (la feria de productos y servicios de la Biodiversidad) y se crearon diez (10) Normas Técnicas Colombianas (NTC) para productos con características ambientales, entre otros.

Con base en los resultados obtenidos hasta el momento, en los lineamientos dados en la Política de Producción y Consumo Sostenible (PPyCS) y en desarrollo de su estrategia N° 7, “Emprendimiento de Negocios Verdes”, se formuló de forma participativa el Plan Nacional de Negocios Verdes, con el interés de pasar de una ventaja comparativa en temas de biodiversidad a una ventaja competitiva en el país. En este mismo sentido, la Oficina de Negocios Verdes del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS) –su nombre actual– ve necesario reactivar y proponer instrumentos de planificación, como los Programas Regionales de Negocios Verdes, por medio de los cuales se identifiquen y se lleven a cabo de manera organizada las acciones que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de cada región.

Los Programas Regionales de Negocios Verdes buscan brindar los parámetros para orientar, articular y contribuir a la implementación, consolidación y fortalecimiento de la oferta y demanda de productos y servicios verdes a nivel regional, nacional e internacional. Con este fin, se definen los Negocios Verdes como “la actividad económica en la que se ofrecen productos, bienes o servicios, basados en la innovación, que generan beneficios ambientales directos, y que además incorporan las mejores prácticas en términos ambientales, sociales y económicos con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> **MADS.** Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles. 2014.

Cada uno de los Programas Regionales contiene un marco conceptual, herramientas para la promoción de Negocios Verdes en Colombia, políticas y normatividad relacionada con los mismos, actores nacionales de orden público y privado, esquema de organización del Programa, contexto regional (caracterizaciones sociales, económicas y ambientales, Negocios Verdes en la región), y un Plan de Acción para cada una de las ocho (8) líneas de intervención propuestas.

## **1. OBJETIVO**

### **1.1. Objetivo General**

Definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y la toma de decisiones que permitan el desarrollo y el fomento de los Negocios Verdes y sostenibles, de acuerdo con las potencialidades y ventajas competitivas regionales, generando crecimiento económico y social y promoviendo la conservación de los recursos naturales.

## 2. METODOLOGÍA

La construcción del Programa Regional de Negocios Verdes (PRNV) para la Región Orinoquía (departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada) se realiza de manera participativa, en conjunto con los actores del territorio que tienen relación con la promoción y el fortalecimiento de este tipo de negocios. El proceso para la elaboración del Programa se basó en las siguientes acciones:

- **Fase I:** Realización del diagnóstico de contextualización para la Región Orinoquía del país.
- **Fase II:** Identificación de las autoridades ambientales de la región que tienen jurisdicción en los cuatro departamentos: La Corporación para el Desarrollo Sostenible del Área de Manejo Especial de La Macarena (CORMACARENA) y la Corporación Autónoma Regional de la Orinoquía (CORPORINOQUÍA). Dichas autoridades hicieron la convocatoria de manera conjunta con el MADS<sup>2</sup> para la realización de talleres locales con los siguientes actores del territorio: organizaciones gubernamentales y no gubernamentales del sector productivo, afines a los sectores de Negocios Verdes: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), gobernaciones, municipios, cámaras de comercio, universidades, centros de investigación, secretarías de ambiente, secretarías de agricultura, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), gremios, Unidad de Parques Nacionales Naturales, comisiones regionales de competitividad y otros). Finalmente, se llevaron a cabo la difusión y la organización de los talleres locales.
- **Fase III:** Realización del taller local para recopilación y validación de información con la Autoridad Ambiental y con los actores del territorio, lo cual permitió el éxito en la construcción del Programa Regional.
- **Fase IV:** Realización del taller regional con el objetivo de socializar la información recopilada en los talleres locales y validar el plan de acción de acuerdo con las ocho (8) líneas estratégicas planteadas.
- **Fase V:** Construcción del Programa Regional, teniendo como base la información recolectada en las fases anteriores.

---

<sup>2</sup> Convenio 141 entre MADS y CAEM.

### 3. MARCO CONCEPTUAL

Este capítulo describe la nueva categorización de los Negocios Verdes, con sus respectivas definiciones. Esta categorización se plantea acorde con la evolución que han tenido los productos y servicios amigables con el ambiente y el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, en la economía regional, nacional e internacional.

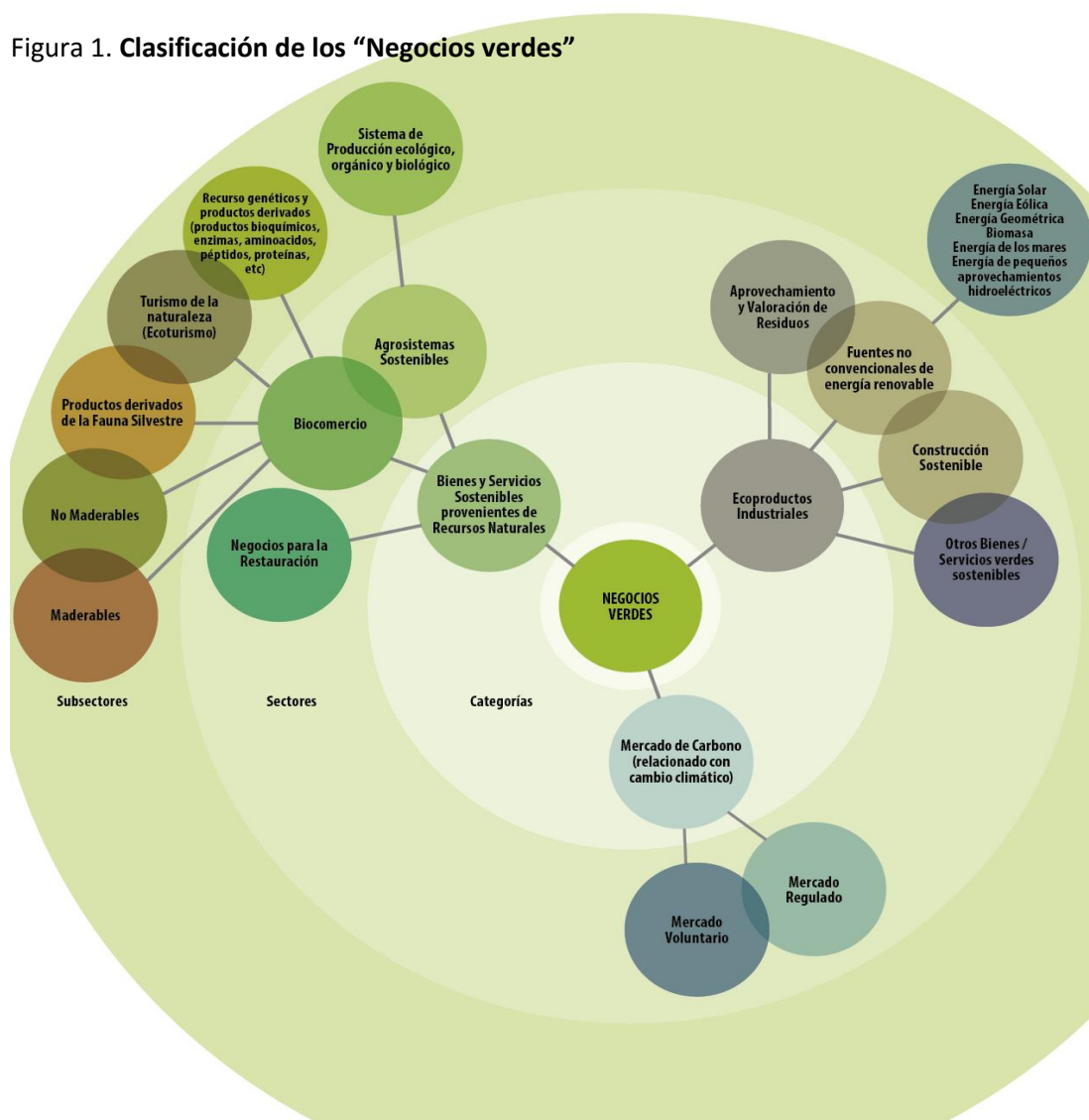
Los Negocios Verdes se clasifican en tres (3) categorías y ocho (8) sectores, que pueden ser dinámicos y cambiantes en el tiempo, Su característica fundamental es la sostenibilidad y su reglamentación es dada por cada una de las autoridades competentes, dependiendo del tema. A continuación su descripción, distribución y definiciones:

La Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles (ONVS) del MADS promoverá tanto la oferta como la demanda de los Negocios Verdes y Sostenibles.

#### 3.1. Definición General

**Negocios Verdes y Sostenibles:** Contempla las actividades económicas en las que se ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que, además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio. (ONVS, 2014)

Figura 1. Clasificación de los “Negocios verdes”



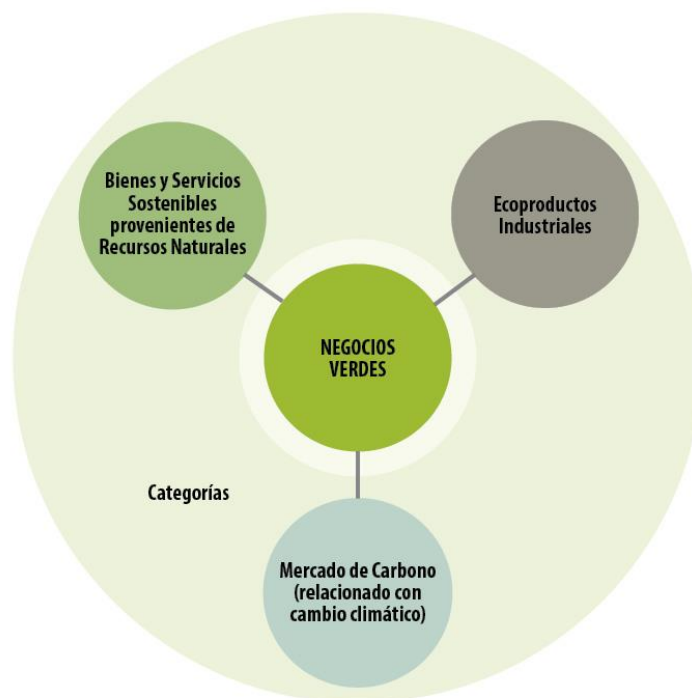


Nota: El Programa Nacional de Biocomercio Sostenible reconoce que los sistemas productivos de **Biocomercio** pueden estar basados en el uso y aprovechamiento de la biodiversidad en tres escalas (líneas): **1.** A nivel de ecosistemas (Turismo de naturaleza - Ecoturismo), **2.** A nivel de especies, sus partes o derivados (Productos maderables y No maderables, Productos derivados de la Fauna) y **3.** A nivel genético (Recursos genéticos y sus derivados).

### 3.2. Definición de categorías, sectores y subsectores de Negocios Verdes<sup>3</sup>

- **Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales:** Son aquellos que, en su proceso de aprovechamiento, producción, manejo, transformación, comercialización y/o disposición, incorporan mejores prácticas ambientales, garantizando la conservación del medio de donde fueron extraídos y la sostenibilidad del recurso. (ONVS, 2014).
- **Ecoproductos Industriales:** Son todos aquellos bienes que pueden demostrar que, en su proceso productivo, resultan ser menos contaminantes al medio, respecto a otros productos de su segmento; o que por las características intrínsecas del producto, de su utilización o de su proceso productivo, generan beneficios al ambiente. (adaptado del PENMV, 2002)
- **Mercado de carbono:** Los Mercados de carbono son sistemas de comercio a través de los cuales se pueden vender o adquirir reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Se dividen en mercado regulado y mercado voluntario. (Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático; Aenor, “Verificación Emisiones CO2 Compensadas”; Eco Securities Group PLC: “Mercados voluntarios”; [www.emissionneutral.com](http://www.emissionneutral.com)).

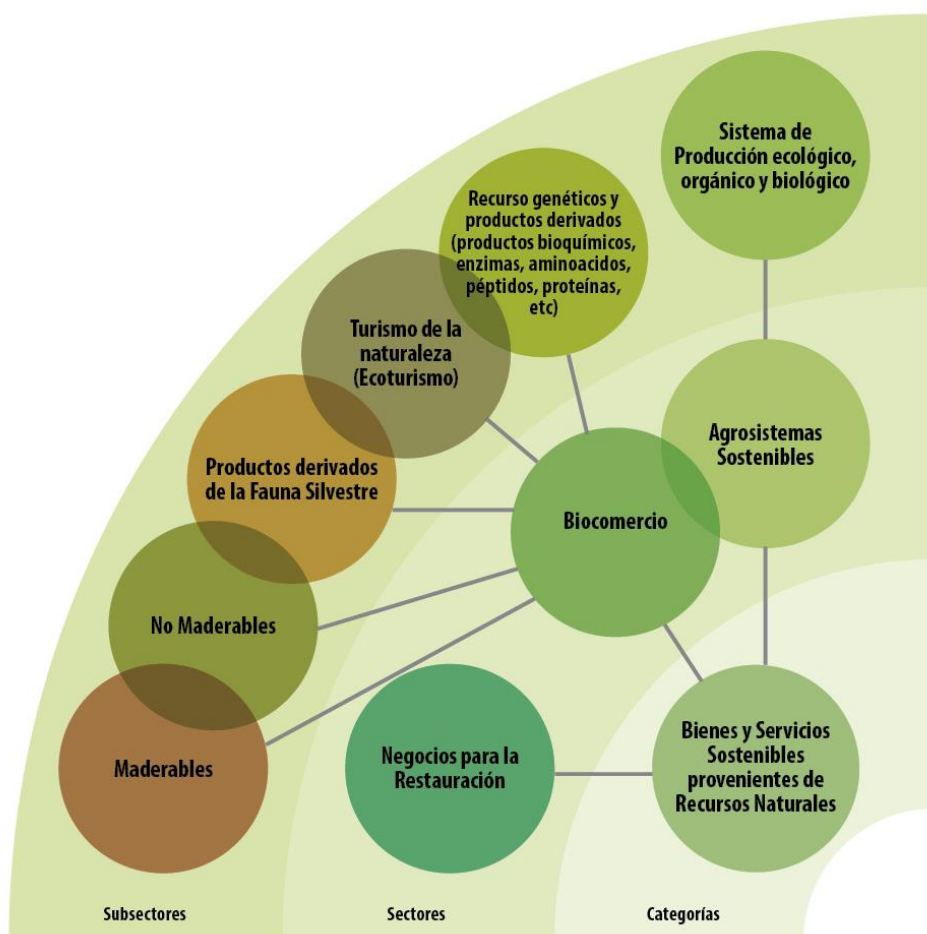
Figura 2. Categorías de Negocios Verdes en Colombia



<sup>3</sup> Validación definiciones y categorización de Negocios Verdes, Convenio 084 entre MADS y ASOCARS (2014).

### 3.3. Definiciones conceptuales de la categoría Bienes y Servicios Sostenibles Provenientes de los Recursos Naturales

Figura 3. Clasificación de la categoría Bienes y Servicios Sostenibles Provenientes de los Recursos Naturales.



Fuente: MADS 2014

**Biocomercio:** Se refiere al conjunto de actividades de recolección y/o producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo - UNCTAD, 2012).

**Productos maderables:** aquellos provenientes del aprovechamiento sostenible de especies maderables de bosques naturales y plantaciones de especies nativas con fines de comercialización de maderas como materia prima o transformada (adaptado de información del Instituto Alexander von Humboldt, 2002).

**Productos no maderables:** Aquellos productos obtenidos mediante el aprovechamiento sostenible de la flora<sup>4</sup>, diferentes a productos maderables. Estos pueden ser: exudados (resinas, aceites, oleorresinas, utilizados para alimentación, productos farmacéuticos o industriales), estructuras vegetativas (tallos, hojas, raíces, yemas apicales) y partes reproductivas (nueces, frutos, aceites de semillas y semillas), entre otros (ONVS, Dirección de Asuntos Ambientales Sectorial y Urbana, 2014).

**Productos derivados de la fauna silvestre:**

- a. Productos y subproductos derivados de las poblaciones de fauna silvestre: Son los productos procedentes de la extracción directa de las poblaciones naturales de fauna silvestre, bajo medidas de manejo y extracción que permitan un mantenimiento y conservación de la especie y su hábitat (Dirección de Bosques, Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos - DBBSE, 2014).
- b. Productos y subproductos derivados de los sistemas de producción de fauna: Son los productos procedentes de sistemas productivos de especies de fauna silvestre, en ciclo cerrado y sin afectar a las poblaciones naturales (DBBSE, 2014).

**Turismo de la naturaleza:** Aquel cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural y que se rige por principios de sostenibilidad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

**Ecoturismo:** Es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas (Ley 300 de 1996).

**Recursos genéticos:** Todo material de naturaleza biológica que contenga información genética (ADN o ARN) de valor o utilidad real o potencial. (Decisión Andina 391/96).

**Negocios para la restauración:** Es el desarrollo de procesos de restauración de ecosistemas naturales degradados, a partir de la producción, provisión o transacción de material vegetal, biorremediación, entre otros<sup>5</sup> (ONVS, DBBSE, 2014).

**Agrosistemas sostenibles:** Son sistemas que pueden mantener el recurso base del cual se depende, aportando un mínimo de insumos artificiales externos, y cumpliendo con unas prácticas de sostenibilidad ambiental, social y económica que le permitan al sistema tener la capacidad de recuperarse (adaptado de Gliessman et al., 2007).

---

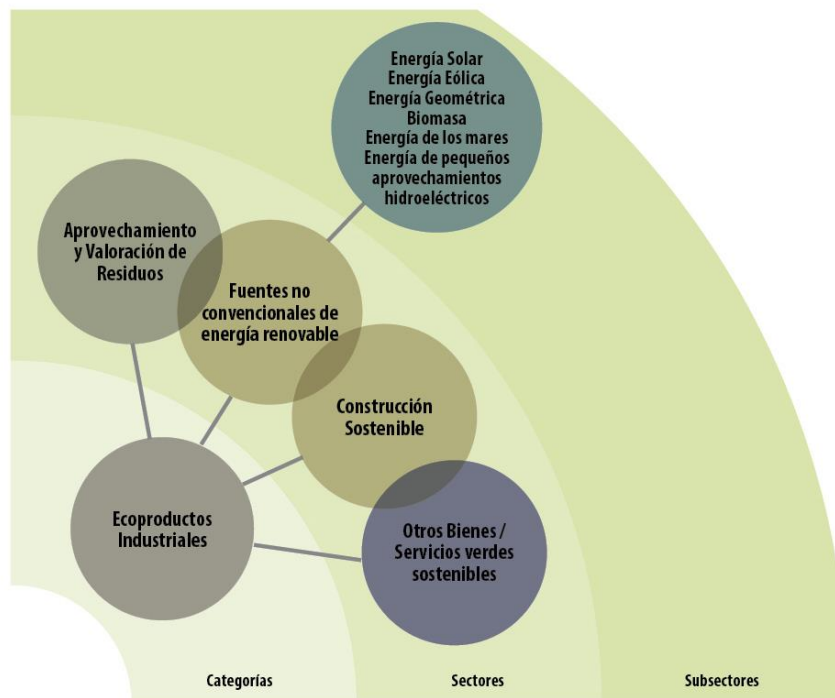
<sup>4</sup> Artículo 195, Decreto 9811 de 1974, *Código Nacional de Recursos Naturales*.

<sup>5</sup> Plan Nacional de Restauración en construcción (2014).

**Sistema de producción ecológico, orgánico o biológico<sup>6</sup>:** Sistema holístico de gestión de la producción agropecuaria, acuícola, forestal y pesquera que promueve la conservación de la biodiversidad, los ciclos biológicos, el reciclaje de nutrientes, el cuidado del suelo y el agua, el balance energético del sistema y la actividad biológica del mismo. Este modelo se basa en la reducción de insumos externos, la exclusión de agroinsumos de síntesis química y la exclusión de organismos genéticamente modificados - OGM (adaptado de la Resolución 187 de 2006).

### 3.4. Definiciones conceptuales de la categoría Ecoproductos Industriales

Figura 4. Clasificación de la categoría: Ecoproductos Industriales



Fuente: Información MADS 2014

**Aprovechamiento y valorización de residuos:** Son los negocios que obtienen subproductos o productos que se reincorporan en el ciclo económico y productivo, a través del procesamiento de los residuos para su reutilización, reciclaje, compostaje, valorización energética o cualquier otra modalidad, en el marco de la gestión integral de residuos (DAASU – ONVS 2014).

**Fuentes no convencionales de energía renovable (FNCR):** Son aquellos recursos de energía renovable disponibles a nivel mundial, que son ambientalmente sostenibles pero que en el país no son empleados o son utilizados de manera marginal y no se comercializan ampliamente. Entre estas fuentes están la biomasa, los pequeños aprovechamientos hidroeléctricos, las energías eólica, geotérmica y solar, y los mares (Ley 1715 de 2014).

**Energía solar:** Energía obtenida a partir de la radiación electromagnética proveniente del sol (Ley 1715 de 2014).

<sup>6</sup> Como sinónimos según la norma colombiana.

**Energía eólica:** Energía obtenida a partir del movimiento de las masas de aire (Ley 1715 de 2014).

**Energía geotérmica:** Energía obtenida a partir del calor que yace en el subsuelo terrestre (Ley 1715 de 2014).

**Biomasa:** Energía obtenida a partir de la degradación espontánea o inducida de cualquier tipo de materia orgánica que ha tenido su origen inmediato como consecuencia de un proceso biológico y toda materia vegetal originada por el proceso de fotosíntesis, así como de los procesos metabólicos de los organismos heterótrofos, y que no contiene o haya estado en contacto con trazas de elementos que le confieren algún grado de peligrosidad (Ley 1715 de 2014).

**Energía de los mares:** Energía obtenida a partir de fenómenos naturales marinos como las mareas, el oleaje, las corrientes marinas, los gradientes térmicos oceánicos y los gradientes de salinidad, entre otros posibles (Ley 1715 de 2014).

**Energía de pequeños aprovechamientos hidroeléctricos:** Energía obtenida a partir de los cuerpos de agua a pequeña escala (Ley 1715 de 2014).

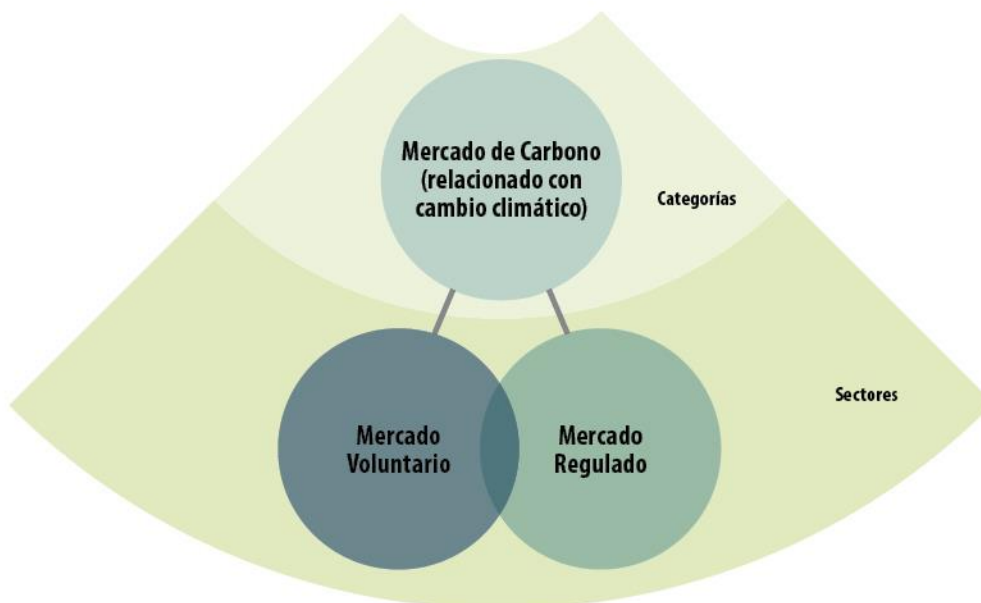
**Nota:** En Colombia las hidroeléctricas son consideradas una “fuente convencional de energía limpia”, por lo tanto no entran dentro de la clasificación de FNCER.

**Construcción sostenible:** Se refiere a aquellas construcciones que en el diseño, la construcción, la operación y el desmonte, utilizan las mejores prácticas desde los puntos de vista ambiental, social y económico, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas y respetando el ambiente y los ecosistemas (DAASU, 2014).

**Otros bienes/servicios verdes y sostenibles:** Son aquellos negocios que no se encuentran clasificados en los sectores mencionados en la categorización de Negocios Verdes, pero que están basados en procesos de innovación o desarrollos tecnológicos que permiten agregar valor al producto y que incorporan acciones orientadas a la mejora ambiental del producto o servicio en todas las etapas de su ciclo de vida, desde su concepción hasta su tratamiento como residuo o introducción al ciclo productivo (adaptado de la Asociación Española para la Calidad).

### 3.5. Definiciones conceptuales de la categoría Mercado de Carbono

Figura 5. Clasificación de la categoría Mercado de Carbono.



**Mercado regulado:** Está regido por el Protocolo de Kyoto, bajo la Convención de las Naciones Unidas para el Cambio Climático (CMNUCC). Es el mercado en el que las organizaciones y las entidades gubernamentales comercializan créditos de reducción de emisiones, teniendo en cuenta sus compromisos con los objetivos del Protocolo de Kioto. (Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático; Aenor, "Verificación Emisiones CO2 Compensadas"; Eco Securities Group PLC: "Mercados voluntarios"; [www.e-missionneutral.com](http://www.e-missionneutral.com)).

**Mercado voluntario:** No está regulado por el Protocolo de Kyoto. La participación en los Mercados Voluntarios se caracteriza por ser opcional y no basada en regulaciones. Mercado donde los individuos, organizaciones o gobiernos pueden comprar créditos de carbono para compensar su huella de carbono, dentro de un marco voluntario. (Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático; Aenor, "Verificación Emisiones CO2 Compensadas"; Eco Securities Group PLC: "Mercados voluntarios"; [www.e-missionneutral.com](http://www.e-missionneutral.com)).



## 4. CARACTERÍSTICAS Y CRITERIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES<sup>7</sup>

### ¿Por qué identificar los bienes y servicios de los Negocios Verdes y Sostenibles?

- Se promueven patrones de producción y consumo sostenibles de bienes y servicios de los Negocios Verdes y Sostenibles.
- Se propicia la creación de una cultura alineada con principios ambientales, sociales y éticos.
- Facilita la toma de decisión a los consumidores (públicos o privados) al momento de elegir un bien y servicio.
- Se visibiliza una oferta de bienes y servicios de cara al mercado nacional e internacional.

### ¿Qué es un criterio de Negocios Verdes y para qué sirven estos criterios?

Se entiende como “criterio” una categoría que agrupa atributos o características relacionados o similares. En este caso, entonces, los criterios señalarán los aspectos del bien o servicio que son fundamentales en el contexto de la sostenibilidad y que permitirán identificar una oferta de bienes y servicios de Negocios Verdes que, sin disminuir sus características de calidad, procuran no causar efectos indeseables en el entorno físico y social y generar unos impactos ambientales positivos directos.

Además de informar al consumidor y brindarle herramientas para que pueda ejercer su derecho a un consumo responsable, con pleno conocimiento del impacto de sus objetos de compra, los criterios permiten apreciar las relaciones vitales del bien o servicio con aspectos como biodiversidad, productividad, protección de los recursos renovables y no renovables, a través de su uso eficiente, y representan un beneficio *per se* al productor, al consumidor y a la sociedad misma.

### Características de los criterios

- Es importante aclarar que **no se considerarán como criterios aspectos ambientales y sociales que sean requisitos de ley**, ya que se entiende que el mínimo requerido es cumplir con la legislación nacional e internacional aplicable.
- Los criterios que se mencionan a continuación son implementados de manera adicional y voluntaria por las empresas, buscando dar un valor agregado a sus bienes y servicios considerados como Negocios Verdes y Sostenibles<sup>8</sup>.

### Criterios

1. Viabilidad económica del negocio
2. Impacto ambiental positivo del bien o servicio
3. Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio
4. Vida útil
5. No uso de sustancias o materiales peligrosos

---

<sup>7</sup> NOTA: Propuesta adaptada de los criterios definidos para el portafolio de bienes y servicios sostenibles del Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

<sup>8</sup> El cumplimiento de los criterios depende de las características del bien o servicio de Negocios Verdes.

6. Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados
7. Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio
8. Responsabilidad social al interior de la empresa
9. Responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa
10. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa
11. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio
12. Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos

#### 4.1. Desarrollo de los criterios

##### 4.1.1. Viabilidad económica del negocio

Las ideas de negocio y las empresas constituidas legalmente deben demostrar su viabilidad económica, la cual es un indicador primordial para decidir si una idea se puede transformar en empresa, y si una empresa se puede sostener y crecer en el mercado. La viabilidad económica reúne y analiza toda la información obtenida en la evaluación de la factibilidad técnica, legal, comercial y organizativa de la empresa.

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.

##### 4.1.2. 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.

##### Algunos impactos ambientales positivos

Conservación	Disminución de la presión sobre el recurso	Repoblación y mantenimiento de la base natural
Cambio de materiales no renovables por renovables	Disminución de la contaminación	Mejoramiento de las condiciones de los recursos naturales
Mantenimiento de la biodiversidad nativa	Mantenimiento servicios ecosistémicos	Reducción de las emisiones de gases efecto invernadero
Cambios de fuentes de energía no renovables por renovables	Educación y cultura ambiental	Respeto al conocimiento y las prácticas culturales tradicionales amigables

#### **4.1.3. Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio<sup>9</sup>**

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.

Una vez conocidos los impactos, la empresa de Negocios Verdes debe trabajar por disminuirlos, directa o indirectamente, a través de una correcta gestión con proveedores y usuarios. Las acciones relacionadas con el control de los impactos generados y que demuestran el beneficio ambiental directo del bien o servicio podrán incluir aspectos como compras ambientales de insumos o productos requeridos en el proceso de producción, entrenamiento y capacitación, ecodiseño, comunicación y sensibilización, promoción de buenas prácticas, cambios tecnológicos, entre otros.

#### **4.1.4. 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.

#### **4.1.5. Sustitución de sustancias o materiales peligrosos<sup>10</sup>**

Este criterio 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.

#### **4.1.6. 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.

---

<sup>9</sup> El enfoque de ciclo de vida es una técnica que permite evaluar el potencial impacto medioambiental de un producto, proceso o actividad, a lo largo de todas sus etapas, mediante la cuantificación del uso de recursos, llamados “entradas” (como energía, materias primas, agua, y otros insumos), y la de emisiones al entorno, llamadas “salidas” (al aire, agua y suelo).

<sup>10</sup> Una sustancia peligrosa es aquella que, por sus características y propiedades, puede producir daños (temporales o permanentes) a la salud humana, animal o vegetal y/o a materiales. Dichas características o propiedades son: corrosividad, reactividad, explosividad, toxicidad, inflamabilidad y patogenicidad.

#### **4.1.7. 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.

#### **4.1.8. 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, promoviendo aspectos como:

- Calidad en el empleo formal (mejores condiciones en las prestaciones sociales y el pago de salarios, a las exigidas por ley).
- Contratación de personal en estado de vulnerabilidad (discapacitados, minorías étnicas, desplazados por la violencia, desmovilizados de grupos armados, madres cabeza de familia).
- Igualdad de oportunidades (entre diversos niveles jerárquicos, género, raza o religión).
- Apoyo a la conformación de fondos internos para el bienestar del trabajador.
- Apoyo a programas especiales para mejorar la calidad de vida de sus empleados y de sus familias (vivienda, educación formal y no formal, cultura, recreación y deportes, preparación para el retiro y jubilación de sus empleados).
- Implementación de programas innovadores en temas de seguridad industrial y salud ocupacional (adicionales a lo exigido por ley).
- Pago de una tasa justa a los accionistas y empleados (bonos) de los dividendos de la empresa.

#### **4.1.9. 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, promoviendo aspectos como:

- Realización de negocios inclusivos y justos con sus proveedores.
- Abastecimiento responsable en la cadena de suministros (compras sostenibles) y desarrollo de proveedores.
- Contratación de empresas de economía social, MIPYMES y promoción de estrategias de encadenamiento.
- Producción de bienes y servicios de calidad, a precios razonables, que estén de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- Promoción entre sus clientes de prácticas de devolución de empaques y envases, adicionales a lo establecido en la ley.

#### **4.1.10. 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–, promoviendo aspectos como:

- Contribuir a la economía local a través de la generación de empleo sostenible.
- Llevar a cabo programas de inversión social y desarrollo comunitario orientados a la generación de empleo y de ingresos, la disminución de pobreza y al progreso y desarrollo sostenible del país.
- Apoyo a fundaciones u organizaciones que soporten la implementación de programas de inclusión social, protección ambiental o generación de negocios incluyentes.
- Realizar donaciones para los sectores menos favorecidos de la sociedad o para la conservación ambiental.
- Tener y acatar una política de transparencia y ética con sus grupos de interés (Estado, comunidades, ONG).
- Promover programas de sensibilización para que los consumidores sean responsables y sostenibles.
- Promover en los consumidores prácticas de devolución de empaques y envases, adicionales a lo establecido en la ley.
- Identificar y disminuir los impactos ambientales y sociales en los actores externos.

#### **4.1.11. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio**

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

Considerando lo anterior, es de suma importancia que el atributo que destaca tales aspectos sea preciso y no engañoso y que se garantice un respaldo veraz a la hora de ser verificado por parte de los consumidores o de cualquier actor presente en la cadena, para proteger sus derechos.

#### **4.1.12. 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.

### **4.2. Mecanismos de verificación de los criterios**

Para verificar el cumplimiento de los Criterios de Negocios Verdes y Sostenibles de los proyectos y empresas postulantes, la Ventanilla Regional de Negocios Verdes considerará, además de la declaración de la empresa, los certificados de pruebas o análisis de materiales o del producto (de laboratorios acreditados, cuando aplique); certificados, sellos o ecoetiquetas de carácter ambiental y/o social y de reconocimiento nacional o internacional; conceptos técnicos de autoridades o instituciones competentes en el tema específico que se desee demostrar; y cualquier otro soporte que permita evidenciar el cumplimiento del criterio.

A continuación se presentan los mecanismos mínimos de verificación:

Tabla 1. “Mecanismos de verificación”

CRITERIO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Viabilidad económica del negocio	<p><b>Potencialidad del mercado:</b> El emprendedor o empresario tiene claros los aspectos a destacar de su bien o servicio (características diferenciadoras en el mercado); dónde y cómo va a ofrecer su producto o servicio (mercado objetivo y estrategias de mercadeo); cuál es el estado actual y potencial del mercado del producto o servicio (tendencias, mercado potencial, cuantificar el mercado); cuál es su competencia directa e indirecta; cuál es su propuesta de valor para el mercado.</p> <p><b>Rentabilidad:</b> La Rentabilidad de la empresa tiene que ser positiva (<math>VPN \geq 0</math>; <math>TIR \geq TIO</math>; Precio Unitario producto &gt; Costo Unitario producto; Ingresos por Ventas &gt; Costos Operacionales, entre otros)<sup>11</sup></p> <p><b>Organización:</b> El equipo de trabajo cubre las necesidades empresariales básicas que exige la actividad económica; plan de contratación de personal para cubrir estas necesidades; experiencia demostrable en el <i>core</i> (esencia) del negocio.</p>
Impacto ambiental positivo	Identificación de cualquier beneficio directo que sea generado por el bien o servicio verde que contribuya a la conservación.
Vida útil	Descripción de las mejoras en la vida útil del producto y su comparación con otros de su categoría.
Enfoque ciclo de vida del bien o servicio	Identificación de impactos asociados a los proveedores y/o usuarios y gestión orientada a su minimización; y uso sostenible en la cadena productiva (ejemplos: matriz de proveedores, ecodiseño de productos, campañas de sensibilización, registros de entrenamientos, registros de solicitud de criterios ambientales a proveedores).
Sustitución de sustancias o materiales peligrosos	Registro de sustitución, hoja (fichas) de seguridad de los productos, análisis de laboratorio, otros aplicables.
Reciclabilidad y/o uso de materiales reciclados	Hoja de seguridad de los productos; fichas técnicas de los materiales utilizados en el proceso (esta ficha debe permitir evidenciar que se incluyen materiales reciclados en el proceso o que estos se pueden utilizar una vez finalice la vida útil del producto), análisis de laboratorio, otros aplicables.
Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción de bienes o servicios	Indicadores de uso de recursos y gestión de residuos de los últimos 3 años (o periodo de operación de una iniciativa empresarial), registros internos de cumplimiento de metas, otros aplicables (planes de mejoramiento, medición de consumos, estrategias implementadas).
Responsabilidad social al interior de la empresa	Certificado del representante legal de la empresa. Declaración juramentada. Vinculación de personas en estado de vulnerabilidad en la nómina y/o con contratos a término definido recurrentes. Programas de gestión social y de salud y seguridad industrial corporativos y sus registros relacionados. Política de sostenibilidad. Política de no discriminación. Documentos que demuestren el apoyo a fondos para el trabajador.
Responsabilidad social en la cadena de valor de la empresa	Certificado del representante legal de cada empresa. Declaración juramentada. Vinculación de personas en estado de vulnerabilidad en la nómina y/o contratos a término definido recurrentes. Contratos con empresas de economía social, MIPYMES y PYMES. Programas de desarrollo de proveedores y servicios tercerizados en temas de sostenibilidad (registros y actas).
Responsabilidad social al exterior de la empresa	Programas de inversión social y sus registros relacionados. Documentos que demuestren el apoyo a fundaciones u organizaciones para la implementación de programas de inclusión social o negocios incluyentes. Certificados de donación. Políticas de transparencia y ética con partes interesadas. Reportes de sostenibilidad.

<sup>11</sup> VPN: Valor Presente Neto; TIR: Tasa Interna de Retorno; TIO: Tasa de Interés de Oportunidad.



Comunicación de atributos del bien y servicio	Indicación de la forma de comunicación del atributo y soporte técnico que demuestre su veracidad.
Esquemas, programas o reconocimientos implementados o recibidos	Cartas, certificaciones, registros de auditorías de verificación, menciones, avales de confianza y otros que apliquen.

## 5. HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA

En el presente capítulo se presentan diferentes instrumentos que pueden ser utilizados por las personas o empresas interesadas en iniciar o fortalecer negocios que se encuentren enmarcados en este sector.

En primer lugar, se relacionan los instrumentos económicos y tributarios en materia ambiental aplicables a los Negocios Verdes en Colombia; en segundo lugar, se hace un compendio de las principales ferias a las que pueden acceder los productores, como plataforma para los Negocios Verdes; a continuación se describen la metodología del ecodiseño, como herramienta aplicable a la producción verde, y el Nodo de Negocios Verdes y el Ecoetiquetado, como mecanismos de promoción y apoyo. Para terminar, se detallan algunos mecanismos de financiación, desarrollo y fortalecimiento de los Negocios Verdes en el país.

### 5.1. Instrumentos económicos y tributarios en materia ambiental aplicables a los Negocios Verdes en Colombia <sup>12</sup>

**Instrumentos económicos:** Son aquellos con los que se busca principalmente cambiar el comportamiento de los agentes regulados para alcanzar objetivos ambientales (disminución de la contaminación, uso eficiente de recursos naturales, etc.). También se les conoce como instrumentos basados en mercados.

**Incentivos tributarios:** Son beneficios tributarios para personas naturales o jurídicas por algún comportamiento o inversión con impactos positivos en el medio ambiente o el manejo de los recursos naturales. (La clasificación es consistente con la división de instrumentos económicos utilizada en evaluaciones a nivel internacional. OCDE 1999 y CEPAL 2000). A continuación, en la *Tabla 23*, se presentan los instrumentos e incentivos aplicables para Colombia, con la descripción general de cada uno de ellos.

#### 5.1.1. Instrumentos aplicables en Colombia

Tabla 2. Instrumentos Económicos, financieros y tributarios aplicables en Colombia

INSTRUMENTO		DESCRIPCIÓN Y MARCO LEGAL
ECONÓMICOS	Ecoetiquetado	Sello ecológico a productos con buen desempeño ambiental. <b>Res. 1555/2005.</b> Establece el Reglamento de Uso del Sello Ambiental Colombiano, para la promoción de productos que pueden reducir los efectos adversos, en comparación con otros productos de la misma categoría, contribuyendo así a un uso eficiente de los recursos naturales y a un elevado nivel de Protección del medio ambiente.

<sup>12</sup> ECOVERSA, Septiembre del 2009. Recopilación, evaluación y análisis de los instrumentos económicos y tributarios existentes en materia ambiental.

INSTRUMENTO		DESCRIPCIÓN Y MARCO LEGAL
	Mecanismo de desarrollo limpio	Posibilidad de generación de certificados de reducción o captura de gases efecto invernadero, con valor monetario, a proyectos que cumplan los requisitos del Protocolo de Kyoto. <b>Res. 551/2009.</b> Se adoptan los requisitos y evidencias de contribución al desarrollo sostenible del país y se establece el procedimiento para la aprobación nacional de proyectos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero que optan al Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL).
ECONÓMICOS	Certificado de incentivo forestal de reforestación	Reconocimiento económico otorgado por el Estado a la reforestación protectora-productora. <b>Ley 139 de 1994.</b> Crea el Certificado de Incentivo Forestal (CIF) como un reconocimiento del Estado a las externalidades positivas de la reforestación en tanto que los beneficios ambientales y sociales generados son apropiables por el conjunto de la población. Su fin es promover la realización de inversiones directas en nuevas plantaciones forestales de carácter protector-productor, en terrenos de aptitud forestal. <b>Decreto 1824 de 1994.</b> Determina los costos del proyecto de reforestación y la cuantía del CIF.
	Certificado de incentivo forestal de conservación	Reconocimiento económico otorgado por el Estado a propietarios de tierra (públicos o privados) por la conservación de bosque natural. <b>Decreto 900 de 1997.</b> Reglamenta el incentivo forestal con fines de conservación, establecido mediante la Ley 139 de 1994 y el parágrafo del artículo 250 de la Ley 223 de 1995, para aquellas áreas donde existan ecosistemas naturales boscosos, poco o nada intervenidos.
	Pago por servicios ambientales	Es una transacción voluntaria con Enfoques de Conservación que apunta a: i) Transferir incentivos positivos a proveedores de servicios ambientales, que son ii) condicionales sobre la provisión del servicio, donde la implementación exitosa está basada en la consideración de: 1) adicionalidad y 2) variados contextos institucionales. (Sommerville et al, 2010)
TRIBUTARIOS <sup>13</sup>	Deducciones de IVA	<b>Decreto 2332 de 2001.</b> La adquisición de equipos y elementos necesarios para los sistemas de control y monitoreo ambiental, la importación de equipos para el tratamiento y reciclaje de basuras y aguas residuales y para proyectos que reduzcan las emisiones de gases efecto invernadero, así como los equipos necesarios para reconvertir vehículos a gas

<sup>13</sup>Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Incentivos tributarios a la inversión ambiental en Colombia.  
[http://responsabilidadintegral.org/formularios/memorias1/2008/01/01 Invertir en el Medio Ambiente SI PAGA.pdf](http://responsabilidadintegral.org/formularios/memorias1/2008/01/01%20Invertir%20en%20el%20Medio%20Ambiente%20SI%20PAGA.pdf)

INSTRUMENTO		DESCRIPCIÓN Y MARCO LEGAL
		natural, no causan IVA. El ahorro para los empresarios es de 16% del valor de compra de los equipos. Artículos 424-5 y 428-f, del Estatuto Tributario.
	Deducciones de renta	Es posible descontar el valor de la inversión en control y mejoramiento ambiental de la base de liquidación de renta hasta un monto que no supere el 20% de la renta líquida. El ahorro puede alcanzar hasta el 6,8% del total del impuesto de renta en un año. Estatuto Tributario, artículos 157 y 158 # 2, 207 #1 y 5: La venta de energía eólica que además genere reducciones de gases efecto invernadero para el mercado internacional del carbono, y los ingresos obtenidos de los servicios de ecoturismo, no pagan impuesto a la renta sobre las utilidades. El ahorro es el 34% de la utilidad. Nota: Los beneficios tributarios relacionados con IVA requieren una certificación expedida por el MADs, mientras que para los relacionados con el impuesto a la renta, debe expedirla la Corporación Autónoma Regional, la Autoridad Ambiental Urbana o el Ministerio según el caso.
	Exención del impuesto predial por conservación	Exención del impuesto predial para predios con coberturas de bosques naturales. Acuerdos municipales u ordenanzas departamentales (ej. Ordenanza 10 de 1977 de la Asamblea de Antioquia).
<b>INCENTIVOS A LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN (CTI)</b>	Financiación de proyectos de inversión en CTI, con recursos disponibles del Fondo Nacional de Regalías.	El Consejo Asesor de Regalías aprobó el Acuerdo 029 de 2010 para financiar proyectos de inversión en CTI. Estos deben estar orientados al desarrollo regional y beneficiar a las entidades territoriales, como lo señala el Artículo 28 de la Ley 1286 de 2009. Se financiarán proyectos de investigación básica aplicada y de desarrollo experimental, así como proyectos de innovación tecnológica y social; igualmente, se apoyará la creación y el fortalecimiento de unidades regionales de investigación y programas regionales de formación de talento humano para la CTI. Colciencias, como entidad rectora del sector de CTI, será la encargada de viabilizar estos proyectos, previa presentación para aprobación por parte del Consejo Asesor de Regalías. Aunque los acuerdos benefician ante todo a los entes territoriales, también se impulsan alianzas entre centros de investigación, empresas y entidades públicas.

## 5.2. Ferias para promocionar Negocios Verdes

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.

### 5.2.1. Bioexpo

En el marco del PENMV, se propuso la realización de ferias de Mercados Verdes, a nivel nacional, con el fin de promover y sensibilizar a los consumidores y productores sobre estos mercados y sus ventajas. Bioexpo Colombia surge en el año 2002 como una iniciativa del entonces llamado Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, cuatro CARS –CORANTIOQUIA, CVC, CORPOCHIVOR y CRQ–, el Instituto Alexander von Humboldt y Conservación Internacional.

Bioexpo Colombia, la feria de productos y servicios de la Biodiversidad, ha sido concebida para realizar, de manera simultánea, agendas académicas, ruedas de negocios y exposiciones de productos y servicios verdes. Es un punto de encuentro entre la demanda, la oferta y las instituciones públicas y privadas, que permite promover y fortalecer los Negocios Verdes del país.

El evento busca, además, concientizar a la población colombiana sobre el cambio de los patrones de producción y consumo, generando espacios culturales dinámicos que promuevan comportamientos ambientalmente responsables. La periodicidad de esta feria es de cada dos años y hasta la fecha se han llevado a cabo cinco ediciones.

**Tabla 3. Bioexpo: Fechas y lugares donde se ha llevado a cabo**

FERIA	BIOEXPO COLOMBIA AÑO 2003	BIOEXPO COLOMBIA AÑO 2005	BIOEXPO COLOMBIA AÑO 2008	BIOEXPO COLOMBIA AÑO 2010	BIOEXPO COLOMBIA AÑO 2012
Fecha	Junio 27 al 30	Octubre 19 al 22	Octubre 30 a Noviembre 2	Noviembre 18 al 21	Noviembre 21 al 24
Ciudad	Armenia	Medellín	Cali	Neiva	Armenia

Fuente: “Informe comparativo Bioexpo 2010 – Bioexpo 2012” (MADS, 2012).

### 5.2.2. Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA)

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/>

### 5.2.3. Expoartesánias

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/>

### 5.2.4. Feria de las Colonias

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/>

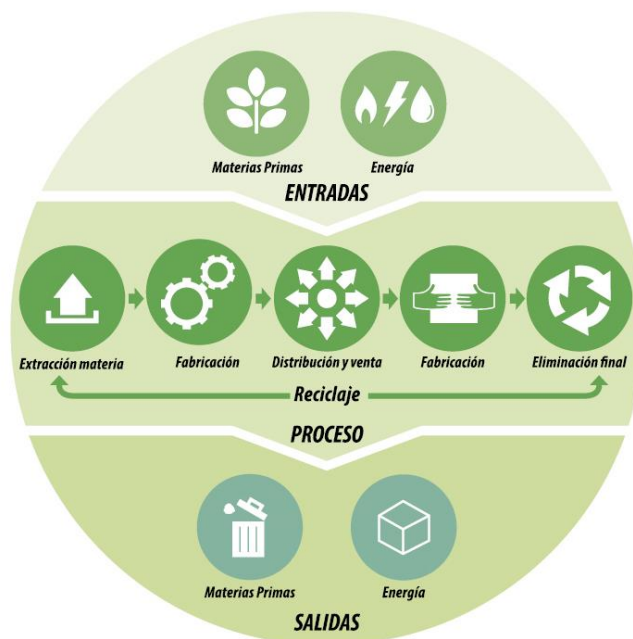
### 5.2.5. Alimentec

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/>

## 5.3. Ecodiseño<sup>14</sup>

Figura 5. Etapas generales del ecodiseño



Fuente: **IHOBE**. ¿Qué es el ecodiseño?

<sup>14</sup> **IHOBE**. ¿Qué es el ecodiseño? <http://www.ihobe.net/Paginas/Ficha.aspx?IdMenu=0e4d5b7a-bcae-4f11-8173-efef8a5c09dd>



El ecodiseño es una metodología que tiene en cuenta la afección ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida (selección y utilización de la materia prima; fabricación; embalaje, transporte y distribución; instalación y mantenimiento; uso; y fin de vida), mediante la integración sistemática de las cuestiones medioambientales desde la etapa más temprana del diseño del producto.

La Norma Internacional ISO 14006, denominada ECODISEÑO<sup>15</sup>, estandariza la gestión ambiental del proceso de desarrollo de cualquier producto o servicio que quiera diseñarse a partir de esta metodología.

Los objetivos de la norma son los siguientes:

- Minimizar los impactos ambientales generados por bienes o servicios desde su diseño, promoviendo un enfoque preventivo.
- Sensibilizar al mercado sobre la importancia del impacto ambiental generado por bienes o servicios, impulsando la información activa por parte de las empresas productoras.
- Fomentar el cambio de perspectiva, pasando de un enfoque basado en los aspectos ambientales asociados a la fabricación del producto, a una identificación más amplia en la que se incluyen los generados en otras etapas del ciclo de vida.
- Establecer un sistema que asegure la mejora ambiental continua en el diseño de bienes y servicios.
- Facilitar un distintivo a las empresas, mediante la certificación, que les suponga una ventaja competitiva en el mercado.

Las fases del ecodiseño, a partir de la norma ISO 14006, son las siguientes:

1. Selección del producto y determinación de los factores motivantes.
2. Determinación de los aspectos ambientales significativos del producto.
3. Generación de las ideas de mejora y del pliego de condiciones para el desarrollo del nuevo producto.
4. Desarrollo de alternativas conceptuales. Evaluación y selección.
5. Diseño de detalle del nuevo producto.
6. Definición de las acciones de mejora a futuro para el producto y para la empresa.
7. Campaña de lanzamiento.
8. Evaluación del proyecto y sus resultados.

Existen metodologías desarrolladas para el proceso de ecodiseño, tales como: PILOT, ECO-POLE<sup>16</sup>, PROMISE EDIP (Environmental Design of Industrial Products), ECOREDESIGN (liderado por el centro de diseño RMIT, Melbourne), IHOBE (sociedad pública consolidada en el ámbito de la gestión y protección del medio ambiente, Gobierno Vasco), así como una de las primeras metodologías publicadas por la Agencia de Protección Ambiental de los EEUU, en 1993, llamada “Life Cycle Design Guidance Manual”.

---

<sup>15</sup> EUROPEAN QUALITY ASSURANCE. ISO 14006 Gestión ambiental del proceso de diseño y desarrollo: Ecodiseño. 2012.  
<http://www.ega.org/productos/ecodiseno.htm>.

<sup>16</sup> Herramienta éco-pole: <http://www.eco-conception.fr/>

### 5.3.1. Etapas generales en las metodologías de Ecodiseño<sup>17</sup>

A continuación se describen las etapas generales encontradas en gran parte de las metodologías de ecodiseño, teniendo en cuenta la Visión Global de ciclo de vida del producto o servicio en una perspectiva más amplia —“diseño sostenible”— que incluye, además de los criterios ecológicos, aspectos sociales y principios de las acciones intergeneracionales e interculturales.

- **Preparación del proyecto:** Se establece el equipo del proyecto, se selecciona el producto a ecodiseñar y se determinan los factores motivantes, recopilando toda aquella información que va a condicionar el desarrollo del proyecto.
- **Aspectos ambientales:** Se toma un producto de referencia y se determinan los aspectos ambientales, en todo su ciclo de vida; se analizan las prioridades y, por tanto, los aspectos en los que se debe centrar la mejora medioambiental del producto.
- **Ideas de mejora:** Con la información recopilada, se generan ideas de mejora para el producto, se priorizan y evalúan. Con todo esto, se elabora el pliego de condiciones para el desarrollo del nuevo producto.
- **Desarrollo de conceptos:** Comienza el proceso de diseño del producto con el desarrollo de varias alternativas conceptuales. Se evalúan y se selecciona la definitiva.
- **Producto en detalle:** Se definen todos los detalles para el nuevo producto: piezas, materiales, dimensiones exactas, fabricación.
- **Plan de acción:** Se definen las acciones de mejora a futuro para el producto y para la empresa, con el anclaje de la metodología en la propia empresa.
- **Evaluación:** Se define la campaña de lanzamiento para el nuevo producto y se evalúa el proyecto y sus resultados.

### 5.4. Nodo de Negocios Verdes

Los nodos de Negocios Verdes son grupos técnicos y de gestión al interior de las CARS o alianzas entre la autoridad ambiental regional y una entidad de emprendimiento, que tienen como misión posicionar los Negocios Verdes como un nuevo renglón de la economía regional. Los objetivos de estos nodos son:

#### INSTITUCIONAL

- Liderar, coordinar y articular a los diferentes actores regionales en la implementación del PRNV.
- Posicionar el PRNV a nivel regional, hacer seguimiento a los compromisos, evaluar los avances y realizar los ajustes respectivos.
- Crear y consolidar alianzas estratégicas con actores claves, continuas y duraderas, que contribuyan a promocionar y posicionar 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.

#### OFERTA

- Fomentar la creación y posicionamiento de la oferta de productos verdes regionales.
- Incentivar la producción de bienes y servicios verdes regionales para contribuir a aumentar la competitividad de estos sistemas productivos a escala nacional e internacional.

---

<sup>17</sup> Manual práctico de Ecodiseño: Operativa de implantación en 7 pasos (IHOBE, 2000).

- Capacitar a los empresarios en cuanto a los criterios que definen un bien o servicio como verde.

## DEMANDA

- Divulgar el potencial y las tendencias de mercado de los Negocios Verdes.
- Sensibilizar al consumidor sobre la importancia de los productos verdes.
- Posicionar, conjuntamente con sus aliados, a los Negocios Verdes como un nuevo sector en la economía regional.

### 5.5. Sello Ambiental

Las etiquetas ecológicas (o ecoetiquetas) son sellos o certificaciones que se otorgan a aquellos productos que tienen un menor impacto sobre el ambiente, debido a que cumplen una serie de criterios ecológicos y permiten al consumidor diferenciarlos de otros similares en el mercado. Algunas consideran el análisis del ciclo de vida y otras están basadas en características más puntuales.

La organización internacional de normalización, ISO, tiene desarrolladas normas para definir tres tipos de etiquetas ecológicas. La norma ISO 14020 indica los principios generales sobre el ecoetiquetado y existe una norma ISO para cada uno de los siguientes tipos de etiquetas:

**Etiqueta tipo I.** Basada en criterios múltiples. Estas etiquetas son creadas por organismos independientes que no intervienen en el mercado. Se rigen por la norma ISO 14024 de etiquetas y declaraciones ambientales. Un ejemplo es el Ángel Azul alemán, que se explica con posterioridad.

**Etiqueta tipo II.** Son declaraciones informativas sobre el medio ambiente por parte del fabricante. Se rigen por la norma ISO 14021.

**Etiqueta tipo III.** Ofrecen información sobre los contenidos del producto, basada en verificación independiente y usando unos índices predefinidos. La norma de referencia es la ISO 14025.

#### 5.5.1. Sello Ambiental Colombiano<sup>18</sup>



El Sello Ambiental Colombiano está regulado mediante la resolución 1555 de 2005, del MADS. En esta se define el ecoetiquetado como un instrumento económico que permite la incorporación de costos ambientales al establecer criterios que garantizan un mejor desempeño ambiental del producto respecto de aquellos sustitutos. Estos costos, causados por el deterioro ambiental generado por la producción de determinado bien o servicio, de otra manera habrían sido asumidos por la sociedad.

Etiqueta tipo I, la cual consiste en un distintivo o sello que se obtiene de forma voluntaria, otorgado por una institución independiente denominada “organismo de certificación” y que puede portar un producto o servicio que cumpla con unos requisitos preestablecidos para su categoría.

Con este instrumento se busca brindar a los consumidores información verificable, precisa y no engañosa sobre los aspectos ambientales de los productos, estimular el mejoramiento ambiental de los procesos productivos y alentar la demanda y el suministro de productos que afecten en

<sup>18</sup> <http://www.minambiente.gov.co/>

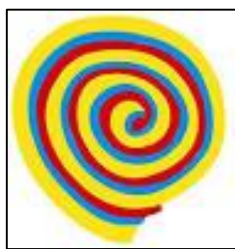
menor medida el medio ambiente. Se han creado diez (10) Normas Técnicas para los productos que se mencionan a continuación:

**Tabla 4. Normas Técnicas Colombianas (NTC)**

<b><u>Normas Técnicas Colombianas</u></b>	<b><u>Productos</u></b>
1. NTC 5131	Detergentes de limpieza.
2. NTC 5133	Establecimientos de alojamiento y hospedaje.
3. NTC 5517	Embalajes, empaques, cordeles, hilos, sogas y telas de fique.
4. NTC 5585	Aceites lubricantes para motores de dos tiempos a gasolina.
5. NTC 5637	Artesanías, manualidades, hilos, telas, y otros productos del diseño, elaborados en fibras de fique con tecnología artesanal.
6. NTC 5714	Artesanías, sombreros y otros productos del diseño elaborados en fibra de caña flecha con tecnología artesanal.
7. NTC 5720	Tableros y celdas para alojar equipos eléctricos y electrónicos de baja y media tensión.
8. NTC 5757	Aparatos sanitarios de alta eficiencia.
9. NTC 5871	Accesorios de suministro en fontanería.
10. NTC 5911	Artesanías y otros productos del diseño, elaborados en fibras de enea y junco con tecnología artesanal.

*Fuente: Dirección Asuntos Ambientales, Sectorial y Urbana (MADS, 2013)*

#### **-Programa de Calidad Turística + Sello Ambiental Colombiano (NTC 5133 y NTS TS 02)**



En el año 2006 la Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible actualiza la NTC 5133, cuyos requisitos ambientales son los mismos que los de la NTS TS 02: sostenibilidad turística. Las empresas certificadas con la NTS TS 02 por un organismo de certificación debidamente acreditado y autorizado por el MADS obtendrán, además del Sello de Calidad Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), el Sello Ambiental Colombiano.

#### **5.5.2. Ilo Ecológico para Alimentos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)**



Mediante la Resolución 0148 de 2004, del MADR, se crea el “Sello de Alimentos Ecológicos” y se reglamenta su otorgamiento. Mediante la Resolución 036 de 2007 se modifica su administración y uso. El sello tiene por objeto promover, diferenciar y posicionar los productos con estas características dentro de toda la cadena de productos alimenticios,

generando confianza en los consumidores en el momento de la adquisición.

En Colombia, la Resolución 0187 de 2006, del MADR, armonizada con las normas internacionales, adopta el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y se establece el sistema de control de productos agropecuarios ecológicos.

La Certificación, con la que se verifica el cumplimiento de la Resolución 187/06 por parte de productores, es un proceso de verificación realizado, en forma imparcial e independiente, por Empresas Certificadoras registradas ante el Ministerio.

### 5.5.3. Otros Sellos Ecológicos

Tabla 5. Descripción de Sellos Ecológicos utilizados en diferentes países del Mundo<sup>19</sup>

Sello ecológico	Descripción
 <p><b>Rainforest Alliance Certified</b></p>	<p><a href="#">Rainforest Alliance</a> ofrece servicios de certificación, verificación y validación</p> <p><b>Agricultura:</b> Las fincas con el sello Rainforest Alliance Certified cumplen con normas integrales de la Red de Agricultura Sostenible (RAS), una coalición de organizaciones de conservación sin fines de lucro, que tratan criterios sociales, económicos y ambientales. Las empresas que se abastecen de productos o ingredientes de fincas certificadas son elegibles para usar el sello de la rana verde Rainforest Alliance Certified.</p> <p><b>Silvicultura:</b> Rainforest Alliance es el mayor certificador mundial de manejo forestal del Forest Stewardship Council (FSC), con más de 20 años de experiencia en esta clase de procesos. Trabaja en más de 70 países y en todo tipo de bosques, con pequeños negocios, comunidades indígenas y compañías tipo Fortune 500.</p> <p><b>Turismo:</b> Esta alianza trabaja con hoteles, restaurantes y otras empresas turísticas para ayudarles a mejorar sus prácticas ambientales, sociales y económicas. Su norma para operaciones turísticas ha sido reconocida por el <a href="#">Consejo Global de Turismo Sostenible</a> (GSTC, por sus siglas en inglés). Por medio de la capacitación y la asistencia técnica, aquellas empresas que cumplen con los requisitos son elegibles para recibir beneficios promocionales, incluyendo el uso de la marca Rainforest Alliance Verified.</p> <p><b>Carbono forestal:</b> Rainforest Alliance audita proyectos forestales y agroforestales con capacidad demostrada de fijar dióxido de carbono y reducir emisiones de gases de efecto invernadero. Acreditada por <a href="#">American National Standards Institute</a> en <a href="#">ISO 14065:2007</a> (el</p>

<sup>19</sup> ENVIRONMENTAL LABELS <http://textil.stfi.de/seetexlable/default.asp?Category=3>

Sello ecológico	Descripción
	estándar internacional para entes de validación y verificación de gases de efecto invernadero).
 <p><b><u>Der Blaue Engel</u></b></p>	El Ángel Azul es el primer y más antiguo certificado ambiental para productos no alimentarios y servicios. La certificación es de carácter voluntario. <b>Es uno de los sellos más exigentes.</b> El papel que lleva este distintivo (norma RAL-UZ 14) debe contener un <b>100% de material reciclado</b> , no puede haber utilizado cloro y tiene que haber dejado de usar otros químicos. Creado en Alemania en 1978, es también un instrumento de política ambiental.
 <p><b><u>Cisne Blanco</u></b></p>	Es una certificación común en los países escandinavos (Suecia, Noruega, Finlandia e Islandia) y está coordinada por el Nordic Ecolabelling, que decide los grupos de productos y los criterios para conceder la certificación.
 <p><b>Green Seal</b></p>	Esta ecoetiqueta estadounidense se desarrolló en 1989. Green Seal es una entidad independiente y sin ánimo de lucro, cuya misión es la protección del medio ambiente. El programa de certificación considera criterios como consumo de recursos renovables y energía, la contaminación atmosférica y de las aguas, y la generación de residuos.
 <p><b>Environmental Choice -</b></p>	<p>Certifica productos y servicios que ahorran energía, que utilizan material reciclado o que puedan reutilizarse.</p> <p>Se originó en Canadá en 1988. Certifica más de 300 categorías de bienes y servicios.</p>

Sello ecológico	Descripción
 <p><b>Eco-Mark</b></p>	<p>Esta ecoetiqueta es otorgada por la Asociación Medioambiental de Japón (Japan Environment Association). El programa se estableció en febrero de 1989.</p> <p>Evalúa por separado las fases del ciclo de vida total del producto, basándose en los siguientes criterios: mínimo impacto ambiental en la fase de uso, mejora del medio ambiente durante el uso, mínimos efectos ambientales en la fase post-uso (residuos), contribución a la conservación del medio ambiente.</p> <p>Se obtiene la certificación si el producto cumple las especificaciones así sea en sólo uno de los criterios.</p>
 <p><b>Agricultura Ecológica</b></p>	<p>El sello europeo de agricultura ecológica permite identificar productos que manejan una explotación agrícola autónoma, basada en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos de síntesis u organismos genéticamente modificados (OGM) ni para abono ni para combatir las plagas, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos, a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente.</p>
 <p><b>Comercio Justo</b></p>	<p>Sello impreso en el embalaje de un producto que garantiza al consumidor que ha sido elaborado y comercializado siguiendo los estándares internacionales de Comercio Justo, en sus estrictos aspectos en cuanto a condiciones de trabajo y cuidado del medio ambiente.</p> <p>A nivel internacional, el Comercio Justo empezó en los años 60, después de la llamada que hicieron unos productores del hemisferio Sur en una Conferencia de las Naciones Unidas, pidiendo “Trade, not Aid” (Comercio, no Ayuda). En 1988, la agencia holandesa “Solidaridad”, de ayuda al desarrollo, creó el primer sello de Comercio Justo, Max Havelaar.</p>
 <p><b>Ecolabel</b></p>	<p>La <u>Ecoetiqueta Europea</u> se concede a aquellos productos que cumplen los requisitos más exigentes de funcionamiento y calidad ambiental. Los productos marcados con este distintivo han sido objeto de rigurosos controles, cuyos resultados son verificados por un organismo independiente. <b>Certifica que un producto ha sido fabricado y comercializado con un impacto ambiental menor</b> que otros productos de la misma categoría.</p>



Sello ecológico	Descripción
 <p><b>Consejo de Administración Forestal</b></p>	<p>Sello que garantiza que la extracción se ha realizado respetando la salud del ecosistema y los derechos de las comunidades que viven o explotan el bosque.</p> <p>Todos los productos realizados con madera son susceptibles de acogerse al control <b>FSC</b>, desde tableros, muebles y tarimas, hasta lápices y papel. De hecho, cualquier producto que incluya madera en su origen o composición, puede llevar el sello, si cumple con las condiciones necesarias</p> <p>El FSC emite tres tipos distintos de certificados: <b>Certificación Forestal, Cadena de Custodia y Madera Controlada.</b></p>
	<p>La certificación GOTS para los productos textiles es un sistema con el que se garantiza el origen orgánico de las fibras y se asegura que todos los procesos de producción textil sean socialmente responsables y respetuosos del medio ambiente (los metales pesados, formaldehidos, enzimas OGM y aminos cancerígenos están prohibidos).</p>
 <p><b>Eco-Mark – India</b></p>	<p>Ecomark es una marca de certificación expedida por la Oficina de Normas de la India (BSI) a los productos que cumplan con una serie de requisitos dirigidos a disminuir el impacto en el ecosistema. El esquema de puntuación se inició en 1991. La marca se emite para diversas categorías de productos. Una olla de barro es el logotipo del esquema Ecomark.</p>
 <p><b>De la cuna a la cuna</b></p>	<p>El concepto de diseño ecológicamente inteligente implica la concepción de productos de tal manera que se puede reutilizar el 100% de los materiales aplicados, en vez de depositarlos en los vertederos o incinerarlos. Esto permite que productos y materiales se pueden reutilizar “desde la cuna hasta la cuna”, sin límites, como nutrientes técnicos o biológicos en sistemas circulares.</p>

Sello ecológico	Descripción
	<p>Ecogarantie de Bélgica. Certifica independientemente productos de limpieza y cosméticos. La certificación requiere, entre otras cosas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El uso de la mayor parte posible de ingredientes vegetales de cultivo ecológico.</li> <li>• Exclusión de ingredientes petroquímicos.</li> <li>• Exclusión de ingredientes minerales nocivos.</li> <li>• No se pueden irradiar los productos.</li> <li>• Está prohibido el uso de productos transgénicos.</li> <li>• Maximización de la biodegradabilidad.</li> <li>• Regulación estricta del uso de estabilizantes, emulgentes y conservantes.</li> <li>• No probados en animales.</li> <li>• Controles periódicos realizados por un comité independiente de expertos.</li> </ul> <p>En la Unión Europea existen organismos independientes reconocidos, en diferentes países, que controlan los procesos y emiten certificados o avales para la industria cosmética: Ecocert y Cosmebio (Francia); BDIH (Alemania); Soil association (Gran Bretaña); AIAB y CCPB (Italia).</p>
	<p><b>Programa de reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal (PEFC).</b> El objetivo de este programa es asegurar que los bosques del mundo sean gestionados de forma responsable y que sus múltiples funciones estén protegidas para generaciones presentes y futuras. Para ello cuenta con la colaboración de propietarios y empresas del sector forestal que, apostando por la certificación de sus bosques e industrias, están asegurando la sostenibilidad del sector.</p>

## 5.6. Mecanismos de financiación

Tabla 6. Descripción de herramientas financieras de entidades públicas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
<b>Entidades de Orden Público</b>		
<b>Sistema Nacional de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa</b>		El Sistema está conformado por: MINCIT, Ministerio de Trabajo, MADR, Departamento Nacional de Planeación (DNP), Sena, Colciencias, Bancóldex, Banca de las Oportunidades, Fondo Nacional de Garantías, Finagro, Proexport, Banco Agrario, Ministerio de Ambiente, Consejo Superior Pyme.

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
		Brinda apoyo a los empresarios a través de los instrumentos financieros y no financieros de cada una de las entidades, a través de sus respectivas páginas web. <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2504">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2504</a>
<b>Fondo Compensación Ambiental</b>	<b>de</b>	El Fondo de Compensación Ambiental (FCA) es un instrumento financiero de redistribución de recursos entre Corporaciones, con beneficio para aquellas que cuentan con menores posibilidades de generación de ingresos. Fue creado como una cuenta adscrita al Ministerio de Ambiente y por tanto su manejo está sujeto al Estatuto Orgánico de Presupuesto. Corporaciones aportantes: Todas las Corporaciones Autónomas Regionales, con excepción de las de Desarrollo Sostenible. Corporaciones Beneficiarias: El reglamento operativo define como beneficiarias de los recursos del Fondo de Compensación Ambiental a las 15 Corporaciones de menor presupuesto total vigente, incluyendo las siete Corporaciones de Desarrollo Sostenible (CDA, CorpoAmazonía, Corpomojana, Corpourabá, Coralina, Codechocó, Cormacarena). <a href="http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido_imprimir.aspx?catID=93&amp;conID=107&amp;pagID=84">http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido_imprimir.aspx?catID=93&amp;conID=107&amp;pagID=84</a>
<b>Fondo Nacional Garantías</b>	<b>de</b>	El Fondo Nacional de Garantías S.A. y los Fondos Regionales de Garantías son entidades afianzadoras que respaldan operaciones activas de crédito, cuya misión es promover la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso al crédito a personas naturales y jurídicas que no cuenten con las garantías suficientes a criterio de los intermediarios financieros, emitiendo un certificado de garantía admisible, según el decreto 6868 del 20 de abril de 1999. Las Garantías Empresariales son un servicio financiero que respalda las obligaciones contraídas por las micro, pequeñas y medianas empresas con los Intermediarios Financieros, como bancos, corporaciones financieras, compañías de financiamiento comercial, cooperativas financieras, cooperativas de ahorro y crédito, cooperativas multiactivas, fondos de empleados, cajas de compensación y fundaciones especializadas en microcrédito. <a href="http://www.fng.gov.co/fng/portal/apps/php/index.get">http://www.fng.gov.co/fng/portal/apps/php/index.get</a>
<b>FINDETER</b>		La Financiera del Desarrollo – FINDETER es una sociedad de economía mixta del orden nacional, organizada como un establecimiento de crédito, vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público y sometida a vigilancia por la Superintendencia Financiera de Colombia. FINDETER podrá redescantar créditos a las entidades de derecho privado, para la realización de los programas o proyectos de preinversión e inversión, dentro de los sectores financiables por la entidad, entre los que se destacan: Salud, Educación, Servicios Públicos Domiciliarios, Transporte, Telecomunicaciones, Turismo, Medio Ambiente, destinados a infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, adquisición de bienes inmuebles y terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica, y demás, inherentes a la gestión empresarial de las pequeñas y medianas empresas PYMES. <b>Sector Infraestructura de Medio Ambiente</b> Contempla el desarrollo del sector ambiental en áreas relacionadas con la producción limpia, mercados verdes, prevención, mitigación y compensación de impactos

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
	<p>ambientales, gestión del riesgo ambiental y prevención y atención de desastres naturales, asociados a todo tipo de actividad económica.</p> <p><b>Subsector Producción Limpia y Mercados Verdes</b> Serán financiables las inversiones relacionadas con: Planes, programas y proyectos relacionados con el manejo e impacto, Jardines botánicos, Actualización tecnológica, Mercados verdes, Mecanismos de desarrollo limpio</p> <p><b>Subsector Protección y Gestión del Riesgo Ambiental</b> Serán financiables las inversiones relacionadas con: Investigación, Educación y desarrollo ambiental, Protección de áreas de reserva, Reforestación, Sistemas de Información.</p> <p><a href="http://www.findeter.gov.co/">http://www.findeter.gov.co/</a></p>
BANCÓLDEX	<p>Es el banco de desarrollo empresarial colombiano. Diseña y ofrece nuevos instrumentos, financieros y no financieros, para impulsar la competitividad, la productividad, el crecimiento y el desarrollo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas colombianas, ya sean exportadoras o del mercado nacional.</p> <p>Con el fin de promover el desarrollo empresarial y atender de forma integral a los empresarios colombianos en cada una de sus etapas de crecimiento, Bancóldex cuenta con diferentes instrumentos de apoyo. Además de ofrecer crédito tradicional, cuenta con programas especiales como iNNpulsa Colombia e iNNpulsa Mipyme; la Banca de las Oportunidades y el Programa de Transformación Productiva. Financia, además, a los empresarios vinculados con el sector exportador colombiano por medio de las siguientes modalidades: Capital de trabajo; actividades de promoción; inversión en activos fijos y diferidos; leasing; creación, adquisición y capitalización de empresas; consolidación de pasivos; garantías Mipymes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Programa de Transformación Productiva:</i> Es una alianza público-privada, creada por el MINCIT, que fomenta la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador.</li> <li>• <i>iNNpulsa Colombia:</i> Busca estimular los sectores productivos del país y lograr que más empresarios incursionen en procesos de alto impacto con énfasis en innovación. Esta nueva unidad estimulará la alianza sector público-sector privado-academia como eje fundamental para desarrollar la innovación en el marco de una estrategia nacional de innovación.</li> <li>• <i>Banca de las Oportunidades:</i> Es un programa de inversión administrado por Bancóldex. Tiene como objetivo promover el acceso a servicios financieros a familias en pobreza, hogares no bancarizados, microempresarios y pequeña empresa.</li> </ul> <p><a href="http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx">http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx</a></p>
Fondo de Modernización e Innovación para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa – iNNpulsa MIPYME	<p>iNNpulsa Mipyme asumió la operación del anterior fondo denominado FOMIPYME. El nuevo fondo es administrado por Bancóldex y apoya, a través de la cofinanciación no reembolsable, programas, proyectos y actividades dirigidos a la innovación empresarial con nuevos productos o servicios, el mejoramiento significativo de productos o servicios, y la modernización para el desarrollo de proveedores, distribuidores y encadenamientos transversales de las micros, pequeñas y medianas empresas, con más de dos años de operación.</p> <p>La modalidad de participación es a través de convocatorias, abiertas hasta agotar recursos. Están dirigidas a todas las regiones y sectores, salvo aquellos</p>

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
	<p>pertenecientes al sector primario (agricultura, minería, etc.). Este fondo cuenta con evaluaciones técnicas de las propuestas e interventoría especializada en manejo financiero y de gestión, para garantizar igualdad de condiciones de los proponentes y la transparencia en la asignación y manejo de los recursos de cofinanciación.</p> <p><a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362</a></p>
<p><b>Convocatoria Bioempresa iNNpulsa</b></p>	<p>Recursos de cofinanciación no reembolsables, de entre 500 y 1.000 millones de pesos, a propuestas de Bioempresa que tengan por objeto el desarrollo de un proyecto de bionegocio (conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica), con el potencial de crecer de manera rápida, rentable y sostenida.</p> <p>Podrá ser proponente en esta convocatoria toda persona jurídica privada, constituida legalmente en Colombia, que cumpla con las condiciones establecidas en los términos de referencia (se pueden encontrar en la página de la convocatoria).</p> <p><a href="http://www.innpulsacolombia.com/">http://www.innpulsacolombia.com/</a></p>
<p><b>COLCIENCIAS</b></p>	<p>Cofinanciación de Proyectos de Innovación y Desarrollo Empresarial. Los beneficiarios pueden ser aquellas empresas nacionales de cualquier sector productivo que a través de los resultados de la cofinanciación fortalezcan la competitividad de sus productos, procesos y/o servicios. Colciencias financia proyectos de investigación de ciencia, tecnología e innovación, ubicados en once Programas Nacionales: Salud, Mar, Biotecnología, Medio Ambiente, Ciencias Básicas, Educación, Ciencias Sociales y Humanas, Ciencias Agropecuarias, Desarrollo Tecnológico Industrial e Informática y Energía y Minería. Los ejecutores son universidades, centros de investigación, centros de desarrollo tecnológico y otras instituciones que posean capacidad interna en los aspectos financieros, administrativos, científicos y técnicos, que garantice la adecuada ejecución del proyecto.</p> <p><a href="http://www.colciencias.gov.co/">http://www.colciencias.gov.co/</a></p>
<p><b>Fondo Emprender</b></p>	<p>Es un Fondo de Capital Semilla, creado por el gobierno nacional y opera como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), para financiar iniciativas empresariales que provengan de emprendedores que cumplan con el perfil de beneficiarios.</p> <p>Financia proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de graduados.</p> <p>Para participar en las convocatorias del Fondo Emprender solo se exige presentar un Plan de Negocio que sea viable a través de una Unidad de Emprendimiento. Una vez aprobado el proyecto, la nueva empresa recibe los desembolsos para el desarrollo del proyecto aprobado. Todo el proceso de convocatoria, presentación, aprobación, ejecución y demás se realiza a través de la plataforma tecnológica del Fondo.</p> <p><a href="http://nuevo.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx">http://nuevo.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx</a></p>

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
<b>Tecnoparque Colombia</b>	<p>Es una red liderada por el SENA para la promoción del talento, con compromiso hacia el desarrollo tecnológico, la innovación y el emprendimiento en Colombia. Ofrece, sin ningún costo, las herramientas, la asesoría, la infraestructura y los expertos necesarios, en un ambiente acelerador y de apropiación tecnológica, para el desarrollo de nuevas iniciativas de servicios y productos, que se puedan consolidar en empresas o nuevas líneas de negocios, fortaleciendo la competitividad y productividad del país.</p> <p><a href="http://tecnoparque.sena.edu.co/Paginas/default.aspx">http://tecnoparque.sena.edu.co/Paginas/default.aspx</a></p>
<b>Microseguros</b>	<p>Son seguros de bajo costo y amplia cobertura para microempresarios. Por lo anterior, Bancóldex, a partir del año 2003 y en alianza con importantes empresas aseguradoras del país, diseñó el programa FUTUREX - MICROSEGUROS DE VIDA y DAÑOS. Se busca reducir la vulnerabilidad social del microempresario y su familia, brindando cobertura y protección y asegurando la cartera de las Instituciones Financieras.</p> <p><a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=5239">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=5239</a></p>
<b>Finagro</b>	<p>El Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario ofrece recursos de crédito a través de intermediarios financieros para el desarrollo de proyectos de este sector. La financiación al Sector Agropecuario y Rural se agrupa en líneas de crédito para capital de trabajo, inversión y normalización de cartera.</p> <p><a href="http://www.finagro.com.co/">http://www.finagro.com.co/</a></p>
<b>Fontur Colombia</b>	<p>Es una cuenta especial del MINCIT, el cual destina los recursos provenientes de la contribución parafiscal a la promoción y competitividad de proyectos turísticos. Su ejecución se realiza a través de Proexport a nivel internacional y la entidad Administradora del Fondo Nacional de Turismo para la promoción interna y competitiva.</p> <p>El acceso a estos recursos es a través de la presentación de proyectos por parte de los Aportantes de la contribución parafiscal, las entidades territoriales, las entidades mixtas de promoción turística, el MINCIT, Proexport y la entidad administradora del Fondo Nacional de Turismo. El proceso de evaluación, aprobación y ejecución, tiene las siguientes etapas: Evaluación de elegibilidad, Evaluación de viabilidad, Presentación a Grupo de Evaluación, Aprobación Comité Directivo FPT y Ejecución de los proyectos.</p> <p>Programa especial: Fontur ofrece asesoría y asistencia técnica a las entidades territoriales y operadores turísticos para proyectos que busquen financiación con recursos de regalías. Esta representa una oportunidad para financiar proyectos de infraestructura turística cuyos montos superan la capacidad jurídica y/o financiera de Fontur y del Ministerio. Para tener acceso a este tipo de financiación el proyecto debe cumplir con características como pertinencia, viabilidad, sostenibilidad, impacto y concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo y los Planes de Desarrollo de las entidades territoriales.</p> <p><a href="http://www.fontur.com.co/inicio">http://www.fontur.com.co/inicio</a>  <a href="http://www.fontur.com.co/corporativo/naturaleza/4">http://www.fontur.com.co/corporativo/naturaleza/4</a></p>

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
<b>Fondo de Regalías</b>		<p><b>Reforma al Régimen de Regalías:</b> Acto Legislativo N° 05 del 18 de Julio de 2011 por el cual se constituye el Sistema General de Regalías, se modifican los artículos 360 y 361 de la Constitución Política de Colombia y se dictan otras disposiciones sobre el Régimen de Regalías y Compensaciones. Los ingresos del Sistema General de Regalías se destinarán al financiamiento de proyectos para el desarrollo social, económico y ambiental de las entidades territoriales; al ahorro para su pasivo pensional; para inversiones físicas en educación; para inversiones en ciencia, tecnología e innovación; para la generación de ahorro público; para la fiscalización de la exploración y explotación de los yacimientos y conocimiento y cartografía geológica del subsuelo; y para aumentar la competitividad general de la economía buscando mejorar las condiciones sociales de la población.</p> <p>Para efectos de cumplir con los objetivos y fines del Sistema General de Regalías, se crean los siguientes Fondos: Ciencia, Tecnología e Innovación; Desarrollo Regional; Compensación Regional; y Ahorro y Estabilización.</p> <p><a href="https://www.sgr.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=bsf8qrvGVOg=&amp;tabid=181">https://www.sgr.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=bsf8qrvGVOg=&amp;tabid=181</a></p>

Tabla 7. Descripción de herramientas financieras de entidades privadas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia

ENTIDAD MECANISMO FINANCIACIÓN	O DE	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
<b>Entidades de Orden Privado</b>		
<b>Biocomercio Colombia</b>		<p>Biocomercio Colombia es una entidad sin ánimo de lucro. Se le considera un instrumento de gestión ambiental de tipo financiero y empresarial que busca brindar una herramienta de sostenibilidad a las diferentes empresas que han sacado adelante su idea productiva y se han consolidado gracias al apoyo de programas de asistencia empresarial, así como al empeño particular de comunidades, familias y empresarios . En desarrollo de su objeto Biocomercio Colombia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuye a generar una mayor cobertura del sector financiero sobre las iniciativas de biocomercio.</li> <li>• Funciona como mecanismo financiero particular de asistencia para el desarrollo de iniciativas de biocomercio.</li> <li>• Facilita a las organizaciones comunitarias y empresas que están produciendo bienes o servicios amigables con la biodiversidad, herramientas y mecanismos de gestión financiera y empresarial.</li> <li>• Fortalece la capacidad institucional de las iniciativas de biocomercio, en el marco de un mercado justo con responsabilidad social.</li> <li>• Participa en diferentes instancias relacionas con el diseño, ejecución y evaluación de las políticas asociadas al biocomercio.</li> </ul> <p><a href="http://www.fondobiocomercio.com/">http://www.fondobiocomercio.com/</a></p>



<b>Red Inversionistas</b>	<p><b>Ángeles</b></p> <p>El Ángel Inversionista es, generalmente, una persona natural sin relación cercana con el emprendedor, que actúa en su propio nombre o en representación de un grupo de interés (Family Office, sociedades en comandita, etc.), y que siendo empresario, ejecutivo o profesional exitoso, invierte su propio capital (patrimonio) en una oportunidad de negocio o empresa que se encuentra en la etapa temprana de existencia y que, a su criterio, posee un gran potencial de crecimiento e innovación (también conocidos como emprendimientos dinámicos).  <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3858">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3858</a></p>
<b>Fondos de Capital</b>	<p>Un fondo de capital es un instrumento de financiación de largo plazo, que provee recursos de capital a las empresas, con el objetivo de potencializar su gestión y por tanto su valor. Los recursos del fondo son invertidos temporalmente en empresas que se consideren atractivas, recibiendo a cambio, por lo general, un porcentaje de participación accionaria.</p> <p>Estos vehículos de financiación permiten recoger el ahorro de varios individuos, tanto personas naturales como instituciones, con el fin de que se genere capacidad importante de recursos para financiar eficientemente proyectos productivos más amplios y a plazos más largos. Estos individuos reciben el nombre de inversionistas y generalmente esperan un retorno a su inversión superior a las inversiones tradicionales.</p> <p>En los fondos de capital, hay un gestor profesional, que es el encargado de realizar el análisis de las empresas y establecer si éstas cuentan con las características apropiadas para recibir inversión, por lo cual verifican que tengan potencial para crecer y generar valor. Este gestor profesional revisa que los prospectos (empresas) cumplan con el perfil de inversión establecido por los inversionistas.</p> <p>Los fondos entregan a las empresas aportes en dinero, conocimiento, experiencia y conexiones, lo que es mejor conocido como “capital inteligente”. De esta manera, esta fuente de financiación no se limita exclusivamente a entregar unos recursos esperando un retorno, sino que realiza aportes también en gestión para maximizar el valor de la empresa invertida.  <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=4387">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=4387</a></p>
<b>Destapa Bavaria</b>	<p><b>Futuro</b></p> <p>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.  <a href="http://www.redemprendedoresbavaria.net/pg/pages/view/854531/">http://www.redemprendedoresbavaria.net/pg/pages/view/854531/</a></p>
<b>Ventures</b>	<p>La revista Dinero y McKinsey &amp; 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.  <a href="http://www.ventures.com.co">http://www.ventures.com.co</a></p>
<b>BiD Network</b>	<p>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.  <a href="http://www.bidnetwork.org/es">http://www.bidnetwork.org/es</a></p>
<b>Ecofondo</b>	<p>Es una organización de organizaciones ambientalistas, no gubernamentales, comunitarias, de pueblos indígenas y afrodescendientes, sin ánimo de lucro, que se concibe como un espacio democrático y participativo de incidencia en política y gestión</p>



	<p>ambiental. Sus acciones institucionales principales son la cofinanciación de proyectos ambientales, la incidencia en políticas públicas, la promoción de reflexión y acción en relación con problemáticas ambientales y el fortalecimiento de organizaciones y movimientos sociales.</p> <p><a href="http://www.ecofondo.org.co/">http://www.ecofondo.org.co/</a></p>
<b>Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez</b>	<p>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.</p> <p><a href="http://www.fondoaccion.org/">http://www.fondoaccion.org/</a></p>
<b>Corporación Mundial de la Mujer</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p><a href="http://www.cooperativaemprender.com/afiliados/afiliado/?tx_galileoaffiliated_pi2%5Bid%5D=8#informacion_general">http://www.cooperativaemprender.com/afiliados/afiliado/?tx_galileoaffiliated_pi2%5Bid%5D=8#informacion_general</a></p>
<b>ENDEAVOR</b>	<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><a href="http://pac.caf.com/proyectos.asp?idn=143&amp;ct=3">http://pac.caf.com/proyectos.asp?idn=143&amp;ct=3</a></p>
<b>The Institute of Electrical and Electronics Engineers</b>	<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><a href="http://www.ieee.org.co/">http://www.ieee.org.co/</a></p>
<b>Centro Nacional de Producción Más Limpia y Tecnologías Ambientales - Línea Crédito Ambiental (LCA)</b>	<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><a href="http://www.cnpml.org/">http://www.cnpml.org/</a></p> <p><a href="http://www.lineadecreditoambiental.org/lca/">http://www.lineadecreditoambiental.org/lca/</a></p>

## 5.7. Mecanismos de desarrollo y fortalecimiento para la promoción de los Negocios Verdes en Colombia

Tabla 8. Descripción de herramientas de desarrollo para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
<b>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT)</b>	Ofrece asesoría y capacitación a los microempresarios y empresarios de las pymes para desarrollar una cultura empresarial y exportadora. Sus servicios se ofrecen a través de programas como la semana del empresario y el exportador, el plan padrino, jóvenes emprendedores, y los consejos regionales de apoyo a las pymes. <i>Dirección de la micro, pequeña y mediana empresa:</i> Fomenta políticas, planes y programas financieros y no financieros para el desarrollo de estos emprendimientos.
<b>Ventas al estado: Contratación Pública</b>	Es la adquisición de bienes y servicios que el Estado realiza al sector privado para su debido funcionamiento y el cumplimiento de sus fines. Los servicios e información que presenta el MINCIT son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía para la contratación pública.</li> <li>• Abecé de las compras públicas.</li> <li>• Información de interés al ciudadano.</li> <li>• Registro Único de Proponentes (RUP).</li> <li>• Cinco pasos para la contratación pública.</li> <li>• Convocatorias públicas.</li> <li>• Portal Único para la Contratación Pública.</li> </ul> <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3634">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3634</a>
<b>Programa Colombia se Formaliza</b>	A través de la Ley de Formalización y Generación de Empleo (Ley 1429 de 2010) se busca dar a conocer los incentivos para la formalización de empresas en las etapas iniciales de su creación y facilitar las condiciones para la generación de nuevos puestos de trabajo. Esta Ley aplica beneficios de progresividad, lo cual significa que quienes opten por ello tendrán condiciones diferentes y mucho más flexibles para el pago de diferentes obligaciones derivadas de la formalización empresarial, tales como el impuesto a la renta, los aportes parafiscales y el registro mercantil <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2503">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2503</a>
<b>Programa Nacional de Diseño Industrial</b>	Busca integrar a las micro, pequeñas y medianas empresas a los nuevos esquemas de innovación y desarrollo, implementando estrategias integrales de diseño en sus redes productivas y de mercadeo. El diseño industrial, en las microempresas en particular, constituye un factor de importancia para introducir y posicionar productos en el mercado. En este sentido, el programa ofrece al empresario la oportunidad de mejorar su imagen corporativa, productos, procesos productivos, métodos de trabajo, empaque y embalaje, entre otros. <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=935">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=935</a>
<b>Programa Colombiano Compre</b>	Está dirigido a promover el comercio interno mediante la realización de eventos comerciales como macrorruedas y ruedas de negocios, muestras empresariales y tomas a centros comerciales y hoteles en

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
	diversas ciudades del país. La participación es gratuita para los empresarios. <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2009">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2009</a>
<b>Programa Exporta Fácil</b>	Es un proyecto encaminado a utilizar los Envíos Postales. Busca propiciar la inclusión de las micro, pequeñas y medianas empresas del país en el mercado internacional, mediante la implementación de un sistema de exportación por envíos postales a través del Operador Postal Oficial y, en general, simplificar los trámites de comercio exterior, promoviendo la formalización de las empresas y el crecimiento sostenible de las exportaciones. <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2010">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2010</a>
<b>Premio INNOVA – Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes</b>	El objetivo principal del premio es crear mecanismos para fomentar la cultura de la innovación y el desarrollo tecnológico, que conlleven a una mayor productividad y competitividad en los sectores económicos del país. <a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2692">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2692</a>
<b>Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas</b>	El proyecto pertenece al MADR. 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. 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. 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. <a href="https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/desarrollo-rural/Paginas/Proyecto-apoyo-a-alianzas-productivas-PAAP-.aspx">https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/desarrollo-rural/Paginas/Proyecto-apoyo-a-alianzas-productivas-PAAP-.aspx</a>
<b>Incubar Colombia</b>	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. <a href="http://www.incubarcolombia.org.co/">http://www.incubarcolombia.org.co/</a>
<b>Aprovechamiento de los TLC</b>	Información de los TLC para las micro, pequeñas y medianas empresas. Sirve para conocer los tratados que están suscritos y vigentes y los que están en negociación actualmente en Colombia. El proyecto sigue una ruta metodológica para apoyar a los productores:

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
	<p>1. Listo para exportar, 2. Valide la potencialidad de su producto, 3. Conozca la demanda de su producto, 4. Diseñe la estrategia exportadora, 5. Evalúe su gestión exportadora.</p> <p><a href="http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3635">http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3635</a></p>
<b>Universidades Consultorio Gerencial</b>	<p>- Asesoran a los emprendedores y empresarios en el desarrollo de un plan de negocios para ser presentado a entidades de financiamiento a nivel de incubación. Ofrecen capacitación, asesoría y consultoría para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa y fomenta el criterio exportador en este mismo tipo de organizaciones.</p>
<b>Universidades Consultorios Jurídicos</b>	<p>- Brindan asesoría jurídica en las diversas ramas del derecho. De esta forma se ofrecen alternativas a las inquietudes presentadas tanto de orden laboral como comercial.</p>
<b>PROEXPORT</b>	<p>Brinda apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios dirigidos a acompañar y facilitar la planeación y la ejecución de su estrategia exportadora. Su acción se centra en identificación de oportunidades de mercado, diseño de estrategias de penetración de mercados e internacionalización de las empresas.</p> <p>Permite, también, una articulación con los centros de información y asesoría en comercio exterior (ZEIKY), para ofrecer capacitación y asesoría a los emprendedores y empresarios en la generación de una cultura exportadora y de promoción de las exportaciones.</p> <p><a href="http://www.proexport.com.co/">http://www.proexport.com.co/</a></p>
<b>DIAN</b>	<p>Facilita a las personas naturales o jurídicas, constituidas como empresa, el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, y cambiarias, además de apoyar las operaciones de comercio internacional en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.</p> <p><a href="http://www.dian.gov.co/">http://www.dian.gov.co/</a></p>
<b>Artesanías de Colombia S.A.</b>	<p>Empresa de economía mixta, que contribuye al progreso del sector artesanal, mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de las artesanías del país.</p> <p><a href="http://www.artesantiasdecolombia.com.co">http://www.artesantiasdecolombia.com.co</a></p>

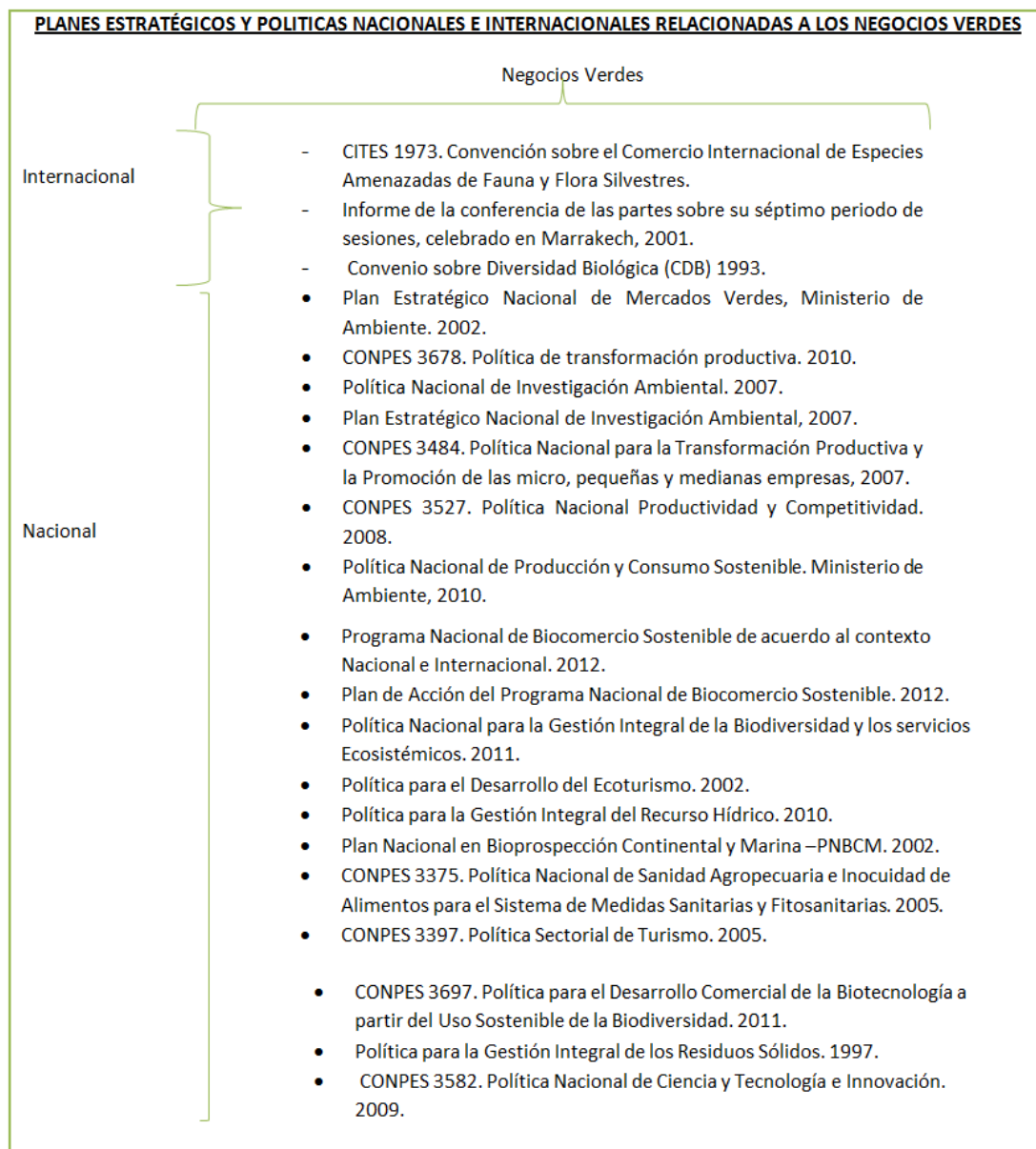
Fuente: Adaptación ECOVERSA (2009).

## 6. POLÍTICAS NACIONALES Y NORMATIVIDAD RELACIONADA CON LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA

### 6.1. Políticas que enmarcan a los Negocios Verdes

En la Figura 7 se recopilan algunas políticas relevantes relacionadas con los Negocios Verdes. Estos planes y políticas se describen en el Anexo 1.

Figura 6. Planes estratégicos y políticas nacionales e internacionales relacionadas con los Negocios Verdes

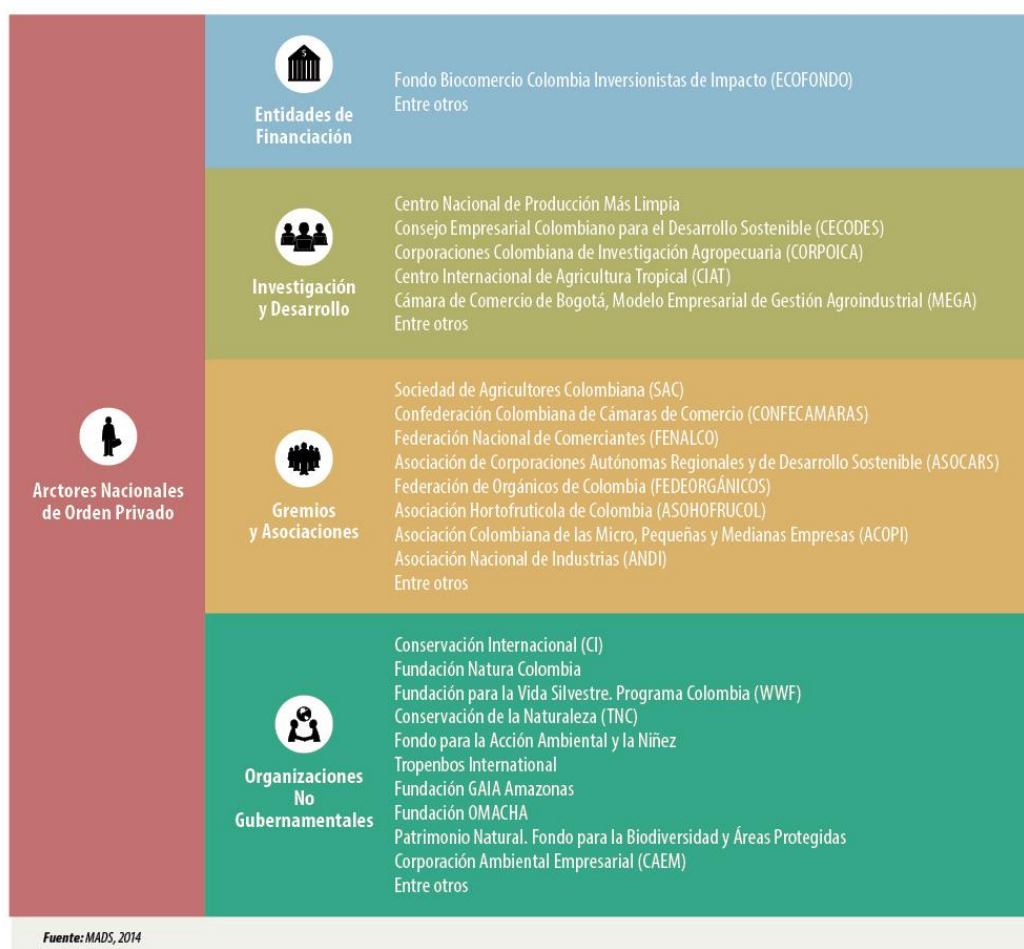


## 7. ACTORES NACIONALES DE ORDEN PÚBLICO Y PRIVADO RELACIONADOS CON LOS NEGOCIOS VERDES

El objetivo del presente capítulo es reconocer a las instituciones públicas y privadas que de alguna manera inciden técnica, legal, política o financieramente en la promoción, gestión y regulación de los Negocios Verdes en el país. Para ello, se identificaron las dependencias, funciones, líneas estratégicas, programas y proyectos de cada una de las entidades listadas en las Figuras 9 y 10. La matriz de identificación de los actores públicos y privados se adjunta en los Anexos 1 y 2.

Nota: Las funciones de los actores, sus dependencias, programas y proyectos pueden variar o modificarse con el pasar de los años. En los anexos se adjuntan las páginas web de cada actor con el fin de que el lector pueda actualizar los cambios realizados.

Figura 7. Identificación de los actores de carácter privado relacionados con Negocios Verdes





Fuente: MADS, 2014

Figura 8. Identificación de los actores de carácter público relacionados con los Negocios Verdes

<b>Actores Nacionales de Orden Público</b>	<b>Presidencia de la República</b>	Sistema Nacional de Competitividad e innovación (SNCEL) Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC Colombia) Alta Consejería Público – Privada
	<b>Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible</b>	Dirección de Bosques, Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos Dirección Asuntos Ambientales Sectorial Urbana Programa Nacional Biocomercio Sostenible (PNBS) Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles
	<b>Institutos de Investigación del MADS y Unidad Administrativa de Parques Nacionales</b>	Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA) Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas (SINCHI) Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico John Von Neumann (IIAP) Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras (INVEMAR) Instituto de Hidrología Meteorología y Estudios Ambientales. Instituto Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales de Colombia (IDEAM)
	<b>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</b>	Banco de Comercio Exterior en Colombia (BANCOLDEX) Fondo de Promoción Turística (FPT) Proexport Viceministerio de Desarrollo Empresarial
	<b>Ministerio de la Protección Social</b>	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)
	<b>Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural</b>	Programa Oportunidades para la Equidad Rural Dirección de Cadenas Productivas Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO) Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) Instituto Colombiano de Desarrollo Rural (INCODER)
	<b>Ministerio de Minas y Energía</b>	Unidad de Planeación Minero Energética (UMPE) Programa de USO Racional y eficiente de energía y Fuentes no Convencionales, 2010 – 2015 (PROURE)
	<b>Ministerio del Interior</b>	Oficina de Consulta Previa
	<b>Ministerio de Educación Nacional</b>	Universidad Nacional de Colombia
	<b>Ministerio de Trabajo</b>	Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias
	<b>Departamentos Administrativos</b>	Departamento de Planeación (DNP) Departamento Administrativo de Ciencia Tecnología e Innovación (COLCIENCIAS) Departamento para la Prosperidad Social
	<b>SENA</b>	Mesas Sectoriales Fondo EMPRENDER
	<b>Red Nacional de Jardines Botánico</b>	13 Jardines Botánicos

Fuente: MADS, 2014

Fuente: MADS, 2014

## 8. ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRNV

Para plantear la siguiente estructura de implementación del PRNV para la Región Orinoquía, se ha partido del esquema de mercado utilizado a lo largo del documento y se han tenido en cuenta las limitaciones identificadas en cuanto a la oferta, la demanda y las entidades de soporte. Estas limitaciones se transforman en necesidades prioritarias para el esquema de organización, las cuales requieren de soluciones específicas.

Tabla 9. Necesidades identificadas y soluciones planteadas de acuerdo al esquema de mercado

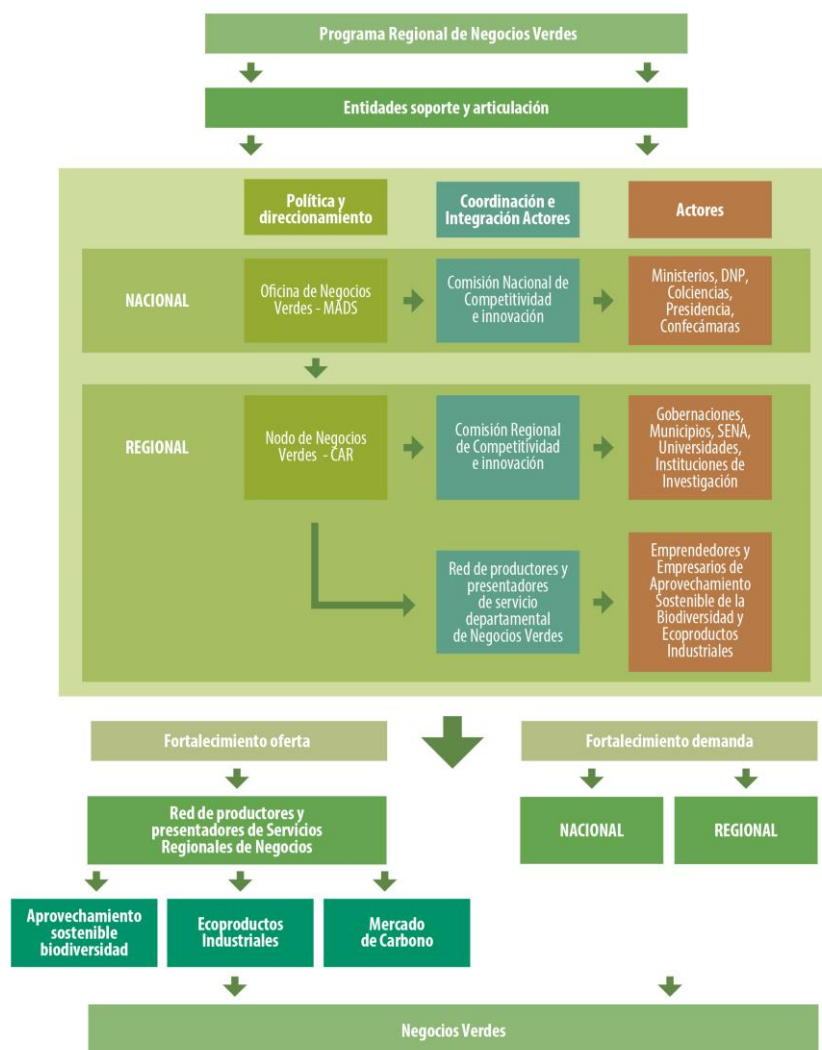
	Necesidades	Solución planteada
Entidades de Soporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionar los Negocios Verdes en el ámbito político.</li> <li>- Vincular a entidades de comercio y desarrollo, con conocimiento y experiencia empresarial.</li> <li>- Involucrar a los ministerios de Agricultura y de Comercio en la implementación de los Programas de Negocios Verdes.</li> <li>- Mejorar la articulación y coordinación institucional, a nivel regional y nacional, entre los actores públicos, privados y de la sociedad civil.</li> <li>- Dar a conocer las políticas, la normatividad y los instrumentos de Negocios Verdes a las instituciones del orden nacional y regional y a la sociedad civil.</li> </ul>	Articularse con el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación y los órganos que lo conforman: Comisión Nacional de Competitividad y Comisión Regional de Competitividad (escenarios de concertación entre el Gobierno, las entidades territoriales, el sector privado y la sociedad civil en temas relacionados con la productividad y la competitividad del país y sus regiones).
Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimizar y volver competitiva la producción en cuanto a calidad y cantidad.</li> <li>- Incrementar los volúmenes de producción.</li> <li>- Generar valor agregado al producto final.</li> <li>- Generar asociatividad y articulación entre los productores de Negocios Verdes.</li> <li>- Generar representatividad en el sector de los Negocios Verdes.</li> </ul>	Creación de la “Red de productores y prestadores de servicios regionales de Negocios Verdes”, con el fin de mejorar la competitividad de los productores (calidad y cantidad de la oferta), incrementar su poder de negociación, aunar esfuerzos para promocionar sus productos y sensibilizar con campañas al consumidor final, entre otros.
Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsar un cambio cultural en el consumidor.</li> <li>- Dinamizar la demanda nacional para productos verdes.</li> </ul>	Es el resultado esperado de las dos propuestas anteriores. Tanto en las “Comisiones Nacionales y Regionales” como en la “Red de productores” se deberán realizar acciones que promuevan los Negocios Verdes, los posicionen como parte de un cambio cultural en los consumidores y los consoliden en los mercados.

Es importante resaltar, nuevamente, que los Negocios Verdes los generan la oferta (empresas, cadenas de valor, productores) y la demanda (consumidores), y no las instituciones públicas. Es por ello que la función de las instituciones lideradas por el MADS debe ser la de generar una plataforma



adecuada de políticas, incentivos y coordinación para que el sector privado pueda producir negocios.

**Figura 10.** Esquema de organización del PRNV



Fuente: MADS, 2014

### 8.1. Funcionalidad del esquema

En la figura 10 se detalla la estructura de organización para implementar el PRNV, la cual tiene en cuenta las soluciones planteadas a las necesidades identificadas.

Se parte del Programa Regional como hoja de ruta de los Negocios Verdes para los próximos doce (12) años. El Programa se ejecutará con el acompañamiento y articulación de actores públicos, privados y de la sociedad civil, a nivel nacional y regional, con el fin de fortalecer la oferta, la demanda y consolidar el mercado de estos negocios. El Programa Regional es de carácter dinámico

y debe ser retroalimentado continuamente por las oportunidades y las necesidades regionales que se detecten en la oferta y la demanda.

#### **8.1.1. Ámbito nacional**

- *Política y direccionamiento*

La ONVS del MADS: será la encargada de liderar y coordinar el tema a nivel nacional. Dará los lineamientos para su implementación y seguimiento, creará instrumentos e incentivos económicos y no económicos para su consolidación y desarrollo. Además, proporcionará orientaciones y directrices a las ventanillas regionales de Negocios Verdes de las CAR.

- *Coordinación e integración de actores*

La ONVS se articulará con la Comisión Nacional de Competitividad e Innovación (CNCI). Esta comisión es el “órgano asesor del Gobierno Nacional y de concertación entre éste, las entidades territoriales y la sociedad civil en temas relacionados con la productividad y competitividad del país y de sus regiones, con el fin de promover el desarrollo económico”<sup>20</sup>. Este es el escenario propicio para posicionar el PNNV y generar compromisos al más alto nivel político, sectorial, privado y académico, en todo el país.

- *Actores sectoriales*

Hacen parte de la CNCI el Presidente de la República; el Director del DNP; el Alto Consejero Presidencial para la Competitividad y las Regiones, quien ejerce la coordinación general, los ministros de Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Agricultura y Desarrollo Rural, Minas y Energía, Comercio, Industria y Turismo, Educación, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Transporte; el Director de Colciencias; el Director del SENA; el Presidente de la Federación Nacional de Departamentos; el Presidente de la Federación Colombiana de Municipios; dos (2) representantes de los gremios económicos designados por el Consejo Gremial Nacional; dos (2) representantes del sector laboral designados por las centrales obreras; el Presidente de la ASCUN; un representante de las universidades regionales; y tres (3) miembros designados por el Presidente de la República. Los Presidentes de Bancóldex y Proexport, el Director de la DIAN, así como otros Ministros y funcionarios diferentes a los ya señalados, podrán ser invitados a las sesiones de la Comisión.

#### **8.1.2. Ámbito regional**

- *Política y direccionamiento*

Ventanillas Regionales de Negocios Verdes de las CARS: serán las encargadas de liderar y articular a los diferentes actores locales en la implementación del PRNV. Deberán posicionar el Programa a nivel regional, hacer seguimiento a los compromisos, evaluar los avances y realizar los ajustes respectivos. Las Ventanillas medirán, también, la contribución del programa al desarrollo económico de la región y a la conservación de sus recursos naturales.

- *Coordinación e integración de actores*

La Ventanilla de Negocios Verdes se articulará con la Comisión Regional de Competitividad e Innovación (CRCI). Este órgano asesora, al interior del departamento, a los principales actores de los sectores público y privado, en temas de competitividad, productividad e innovación. La instancia de coordinación nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad está a cargo del MINCIT, en

---

<sup>20</sup> Decreto 1500 (julio 2012).

representación del sector público, con el apoyo de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras).

Estas comisiones serán el escenario en el que se generarán los compromisos entre los diferentes actores regionales para implementar el Programa, y servirá como espacio de diálogo y concertación para su desarrollo. A través de ellas, el gobierno “promoverá alianzas estratégicas entre el sector público y el privado, de tal manera que las intervenciones de política desde el nivel nacional se complementen con los esfuerzos y apuestas productivas (Negocios Verdes) de los departamentos, así como con las decisiones de inversión por parte de los particulares”<sup>21</sup>.

Por otro lado, como se mencionó al inicio de este capítulo, se creará una “Red de productores y prestadores de servicios regionales de Negocios Verdes” con el fin de solucionar las necesidades identificadas. Esta Red deberá ser registrada legalmente, será participativa y sus decisiones se tomarán de forma democrática. Deberá velar por la capacitación y actualización de sus agremiados, la promoción de sus productos, el impulso de los Negocios Verdes a nivel regional, el aseguramiento de la calidad, la realización de acuerdos comerciales, el desarrollo económico, social y ambiental de sus beneficiarios, y la participación con propuestas en la implementación y retroalimentación del PRNV. Se buscará que sea un bloque productivo que posicione y consolide los Negocios Verdes como un nuevo renglón de la economía regional.

- *Actores sectoriales*

Todos los actores o entidades regionales, públicos y privados, mencionados anteriormente, servirán de soporte al mercado verde y fortalecerán, por medio de estrategias, planes de acción, articulación y resultados concretos, la demanda y la oferta de los Negocios Verdes. Es en la demanda y oferta del mercado verde donde se deben concentrar todos los esfuerzos y los resultados esperados deberán verse reflejados en el mercado.

---

<sup>21</sup> Decreto 1500 (julio 2012).

## 9. CONTEXTO REGIONAL

En el marco del desarrollo de los programas regionales de Negocios Verdes, la Región Orinoquía comprende los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada. Es pertinente, para impulsar la implementación de iniciativas de Negocios Verdes, analizar el contexto en el que se desarrolla el territorio, con el fin de identificar sus capacidades, potencialidades y limitaciones.

Se toman como punto de partida las características generales y el análisis de las condiciones sociales, económicas y ambientales, además del avance en Negocios Verdes que ha tenido la región.

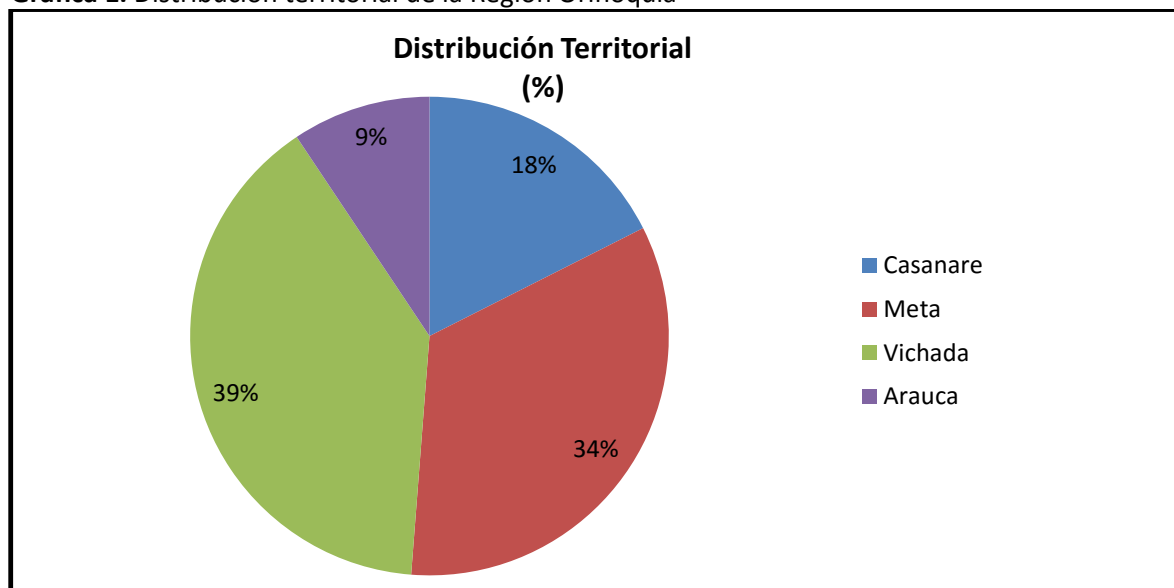
### 9.1. Características generales de la Región Orinoquía

#### 9.1.1. Territorio<sup>22</sup>

La Región Orinoquía tiene una extensión de 254.335 Km<sup>2</sup>, equivalente al 22,3% de la superficie total del país, y concentra el 3,3% de la población nacional, con 1.507.683 habitantes. Vichada ocupa el 39,4% de la superficie de la región, seguido de Meta (33,7%), Casanare (17,6%) y Arauca (9,4%). Hacen parte de la región 59 municipios, de los cuales 29 corresponden a Meta, 19 a Casanare, 7 a Arauca y 4 a Vichada.

De acuerdo con los datos del SIB<sup>23</sup>, analizados para el Informe sobre el Estado de los Recursos Naturales Renovables y del Ambiente 2010-2011, la Orinoquía tiene 92 especies de aves acuáticas, 57 de anfibios, 119 de reptiles y 2.692 especies de plantas.

**Gráfica 1.** Distribución territorial de la Región Orinoquía



Fuente: DNP, 2007

<sup>22</sup> DNP. Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad. 2007.

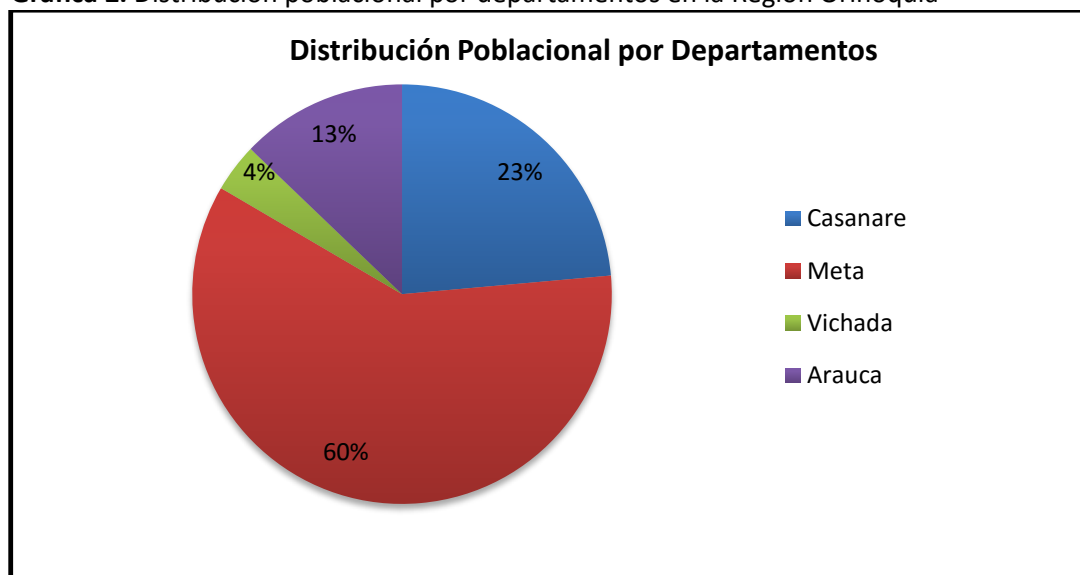
<sup>23</sup> Sistema de Información sobre Biodiversidad de Colombia. Con base en Chaves y Santamaría (2006) y Biodiversidad en cifras.

## 9.1. Caracterización social<sup>24</sup>

### 9.1.1. Demografía

La Región Orinoquía concentra el 3,3% de la población nacional, con 1.507.683 habitantes. El departamento del Meta agrupa la mayor parte, con el 58% del total (870.876 personas); Vichada, a pesar de ser el de mayor extensión (100.242 Km<sup>2</sup>) en la región, es el departamento de menor densidad poblacional por Km<sup>2</sup>, con tan solo el 4,2% del total de los habitantes. Así lo muestra la Gráfica 2.

**Gráfica 2.** Distribución poblacional por departamentos en la Región Orinoquía

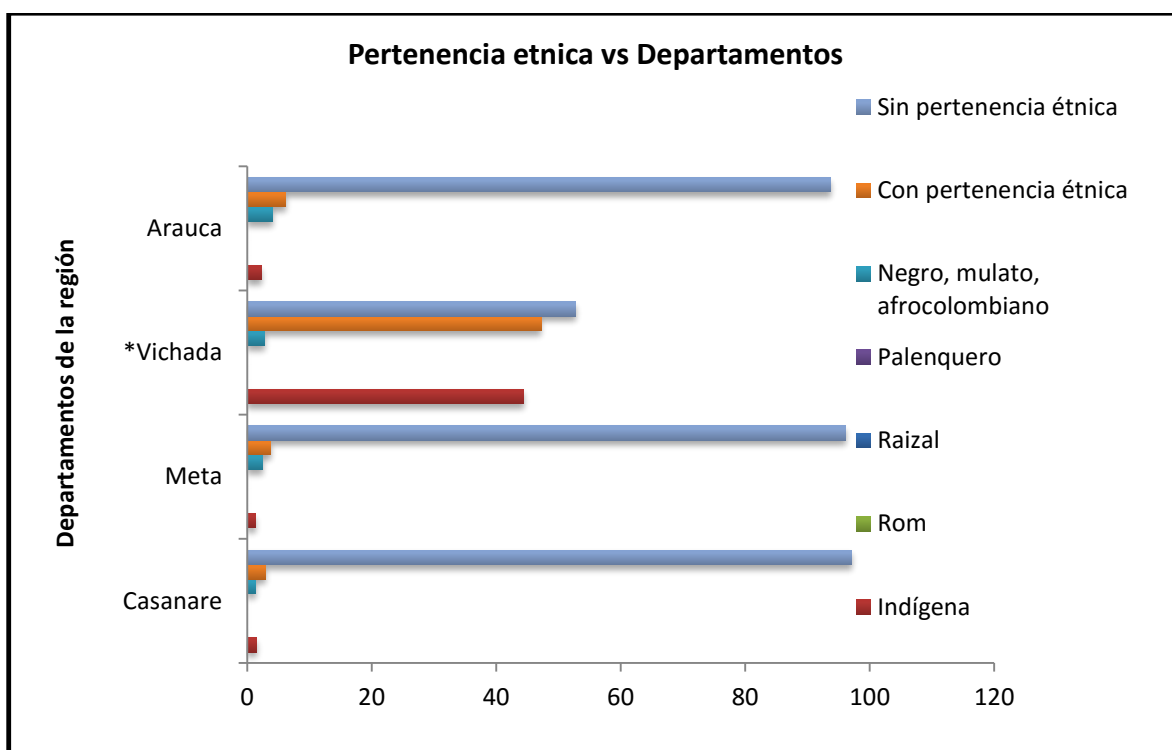


Fuente: Datos DANE, 2005

En la Región Orinoquía el porcentaje de la población urbana y rural no difiere con respecto a los totales nacionales (78% y 22%, respectivamente). Se destaca la presencia de grupos étnicos, con predominio de los indígenas (44,4%) en el departamento de Vichada. Sin embargo, ante la ocupación histórica de colonos, un 84,95% de la población declara no pertenecer a un grupo étnico, mayormente en los departamentos de Casanare (97,1%) y Meta (96,2%).

**Gráfica 3.** Pertenencia étnica en la Región Orinoquía

<sup>24</sup> DANE. Boletín Censo General 2005, perfil departamental. 2010.



Fuente: Datos DANE, 2005

La presencia de grupos étnicos en la región representa un patrimonio social y cultural invaluable. Este patrimonio (conocimientos ancestrales en alimentación y medicina natural, costumbres, etc.) y el atractivo ecoturístico de estos territorios de gran belleza natural, constituyen factores sustanciales en la promoción de los Negocios Verdes, los cuales generan aportes para el desarrollo de la región a través de actividades económicas sostenibles, que mejoran las condiciones de vida de las comunidades.

La tasa de crecimiento exponencial de la región para el quinquenio 2005-2010 fue del 1,75%, superior al valor nacional de 1,19%. Los cuatro departamentos presentan una tasa de crecimiento individual superior al valor nacional: Casanare 1,95%, Meta 2,12%, Vichada 1,65%, y Arauca 1,29%.

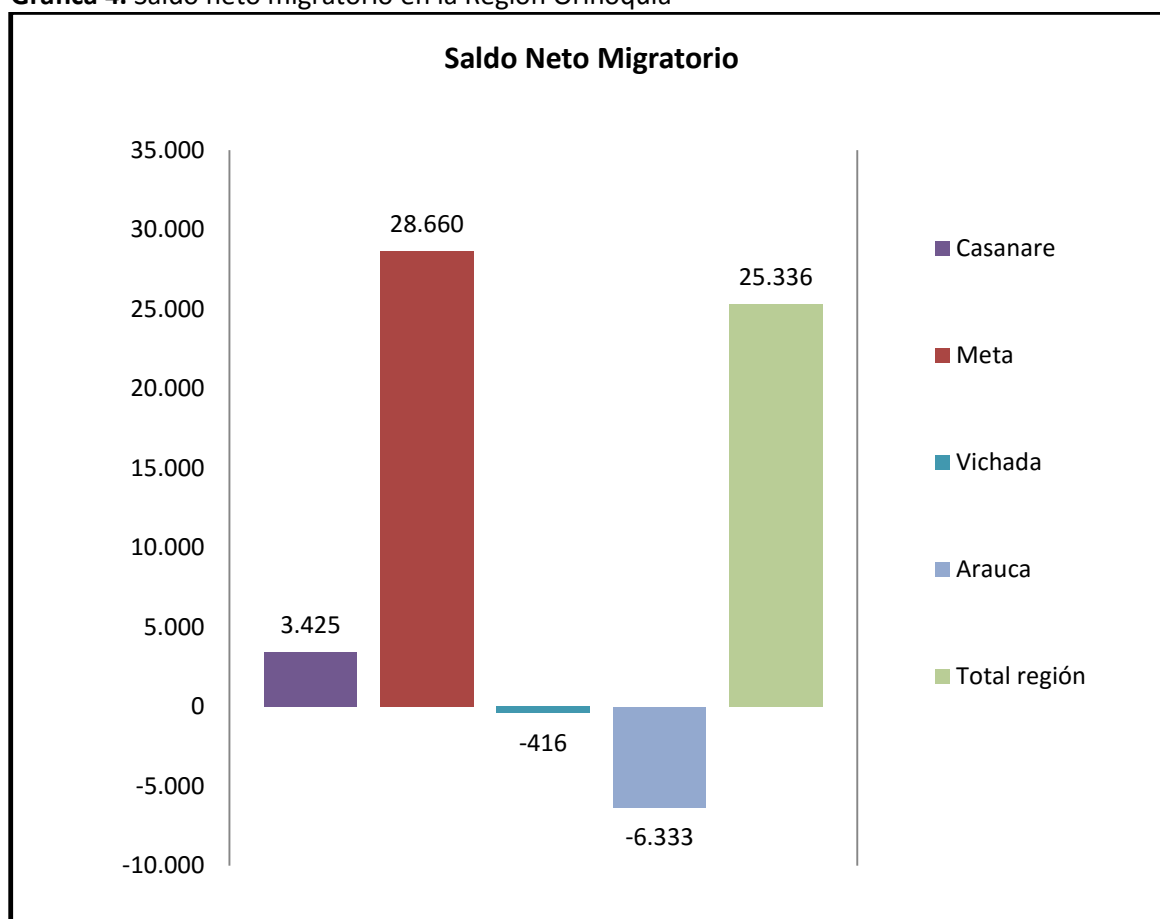
El saldo migratorio para la región es de 25.336 personas (Gráfica 4). Meta (28.660) y Casanare (3.425) arrojan un saldo positivo de 32.085; para Vichada (-416) y Arauca (-6.333) es negativo, en -6.749. Aquellos que en promedio más migran en la región se encuentran en el rango de primeras edades, entre 0 a 14 años, con un 47%; esto contrasta con la cifra de migración más alta por departamento, que se da en el Meta, en el rango de edad productiva de 20 a 39 años (8.131 personas), y con el valor para Arauca que presenta una migración promedio, en ese rango de edad, de -13.171. El valor promedio para toda la región y en todos los rangos de edad es de 11.208, que difiere del comportamiento a nivel nacional<sup>25</sup>.

Los Negocios Verdes en la Región Orinoquía representan una oportunidad viable para estabilizar las dinámicas poblacionales, tan afectadas por el índice de población flotante que acarrea la cadena de negocios de los hidrocarburos, pues este territorio es el de mayor exploración, explotación y producción en el país. Sin embargo, las ventajas comparativas que posee por su diversidad y riqueza

<sup>25</sup> [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/7Proyecciones\\_poblacion.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf)

natural propician la prestación de servicios ecoturísticos, el aprovechamiento de la fauna y de los productos naturales no maderables (frutas y flores exóticas para el mundo) y el desarrollo de sistemas agropecuarios sostenibles, entre otros.

**Gráfica 4.** Saldo neto migratorio en la Región Orinoquía

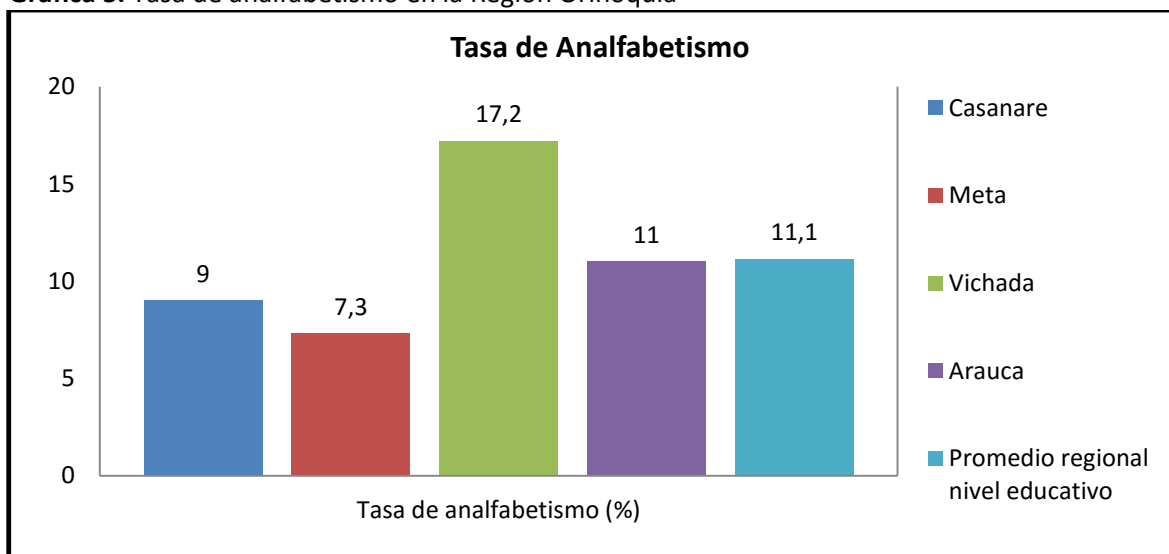


Fuente: Datos DANE, 2005

### 9.1.2. Educación

Respecto al nivel educativo, la tasa de analfabetismo es de 11,1%, superior al promedio nacional de 8,4%; cabe destacar que en Vichada este valor asciende a 17,2%, mientras que en Meta es de solo 7,3%, que sin dejar de ser alto, refleja las grandes disparidades entre estos dos departamentos. Regionalmente, el 13,8% de las personas no tiene nivel educativo alguno, lo cual guarda relación con el promedio nacional que es de 10,2%.

**Gráfica 5.** Tasa de analfabetismo en la Región Orinoquía



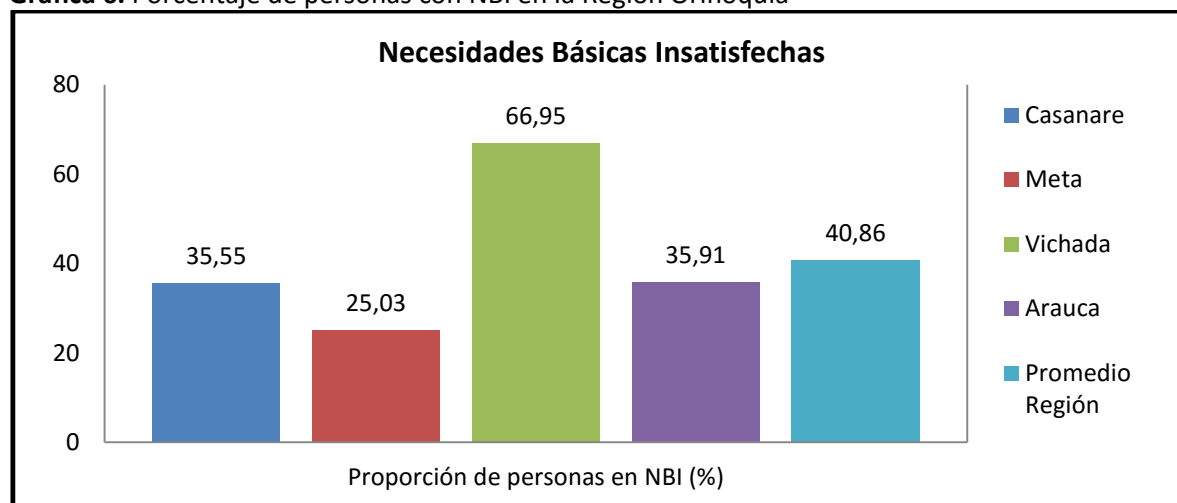
Fuente: Datos DANE, 2005

### 9.1.3. Empleo y necesidades básicas insatisfechas (NBI)

El DANE no cuenta con información oficial del mercado laboral en la Región Orinoquía. Respecto al nivel de pobreza, el promedio regional de personas con NBI asciende a 40.86%, valor muy por encima del nacional, que es 27,78%. El departamento de Vichada presenta el porcentaje más elevado (66,95%), seguido por Arauca (35,91%) y Casanare (35,55%), que no difieren entre sí sino en unas pocas décimas, como se observa en la Gráfica 6.

El impulso de iniciativas Verdes en la Orinoquía debe contribuir al crecimiento económico sostenible de la región. El avance de negocios económicamente viables, que aumenten la inclusión social y respeten el ambiente, crea oportunidades de empleo y mejora el bienestar de la población.

**Gráfica 6.** Porcentaje de personas con NBI en la Región Orinoquía



Fuente: Datos DANE, 2005

Otro indicador de NBI son las condiciones de la vivienda, para lo cual se tienen en cuenta las características físicas que sean consideradas como impropias para el alojamiento humano (vivienda



inadecuada); el no acceso a condiciones vitales y sanitarias mínimas (vivienda con servicios inadecuados) y condiciones de hacinamiento (hogar con más de tres personas por cuarto). Como lo muestra la Tabla 9, Vichada presenta el porcentaje más elevado de personas que viven en condiciones inadecuadas (40,91%) en la región, en contraste con Meta, donde este valor es muy inferior (9,50%).

Tabla 10. NBI según condiciones de vivienda en la Región Orinoquía

% Personas. 2011	Casanare	Meta	Vichada	Arauca	Promedio región	Promedio nacional
Personas que viven en vivienda inadecuada	13,36	8,80	47,74	19,01	22,23	10,41
Personas que viven en vivienda con servicios inadecuados	5,61	8,80	39,14	4,66	14,55	7,36
Personas que viven en hogares con hacinamiento crítico	17,36	10,90	35,85	16,07	20,05	11,11
<b>Total departamento</b>	12,11	9,50	40,91	13,25	18,94	27,78

Fuente: Datos DANE 2011

A pesar de las significativas ventajas naturales de la región y de las oportunidades únicas que estas ofrecen, se presentan grandes problemas de pobreza y de acceso a servicios básicos.

Precisamente, son los Negocios Verdes los llamados a aprovechar estas oportunidades y a colaborar en la solución de estos problemas pues, para el desarrollo comercial de tales iniciativas –tanto a nivel regional, como nacional e internacional–, es necesario contar con una infraestructura y un sector de servicios adecuados. Esto permitiría, por ejemplo, atender apropiadamente a todos aquellos interesados en realizar actividades ecoturísticas.

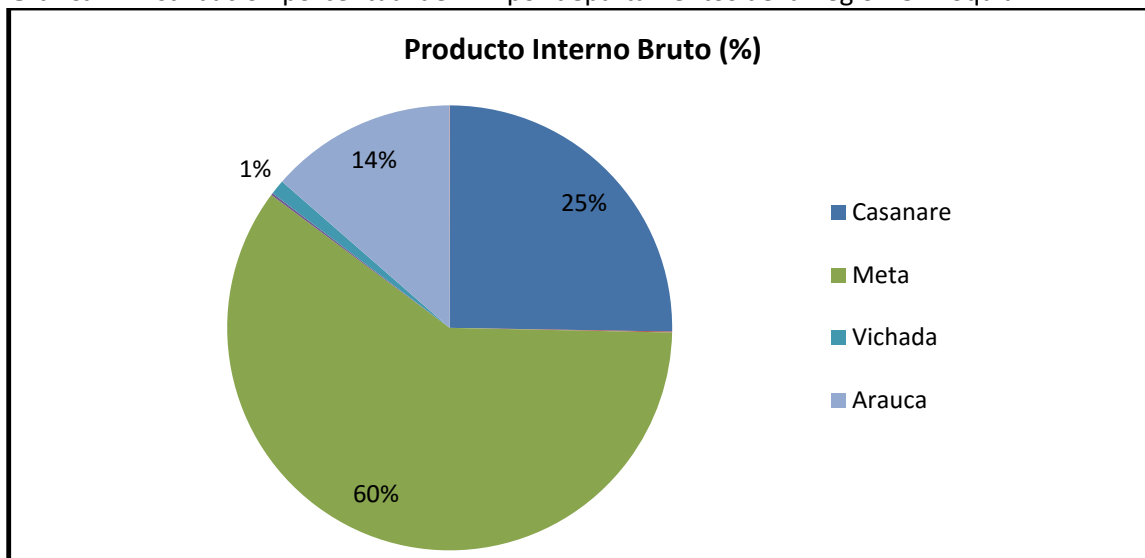
## 9.2. Caracterización económica<sup>26</sup>

### 9.2.1. Producto Interno Bruto (PIB)

En el año 2010 el PIB nacional fue de \$544.923 miles de millones de pesos, y, a nivel regional, de \$37.778 miles de millones de pesos, es decir que la región participó con el 6,9% del PIB nacional; la mayor participación la tuvo el departamento del Meta con el 60% (\$22.673 miles de millones de pesos) del total regional, tal como se observa en la Gráfica 7.

<sup>26</sup> DANE. Cuentas Nacionales Departamentales, Censo Nacional, base 2005. Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). Colombia. 2011.

**Gráfica 7.** Distribución porcentual del PIB por departamentos de la Región Orinoquía

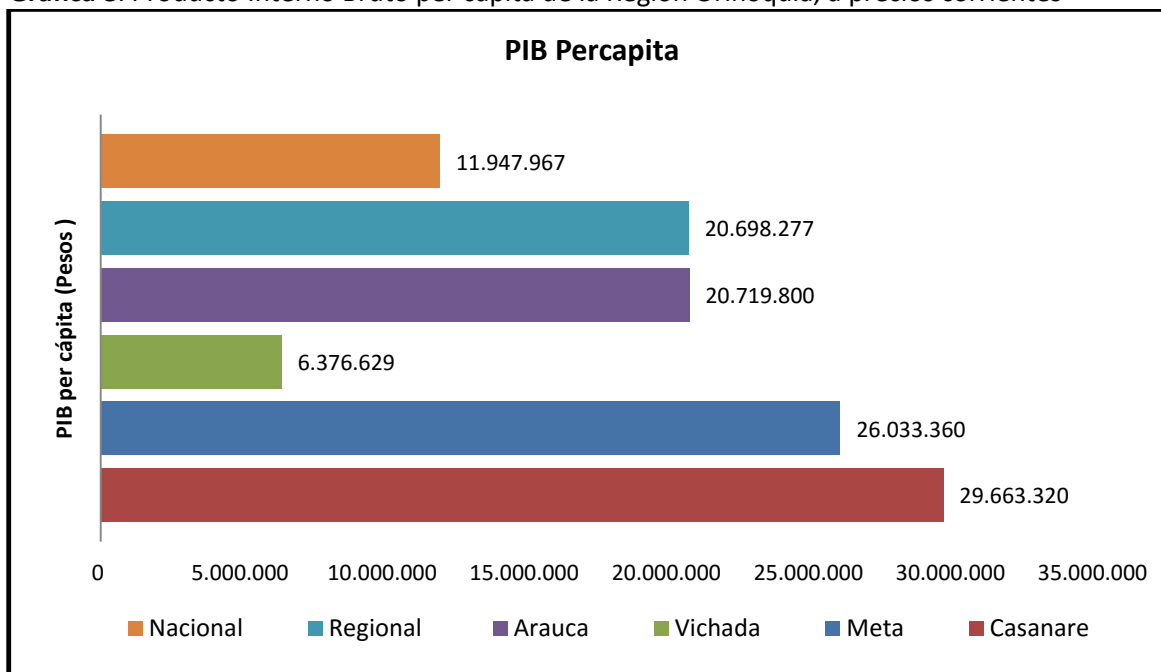


Fuente: Datos DANE, 2010

### 9.2.2. Producto Interno Bruto per cápita (PIB per cápita)

En la Región Orinoquía el ingreso per cápita promedio (\$20.698.277) casi duplica el valor nacional (\$11.947.967). Como se observa en la Gráfica 8, tres de los departamentos de la región presentan un PIB per cápita superior al valor nacional y al regional, y tan solo en el caso de Arauca se evidencia un valor muy por debajo de dichos promedios. El crecimiento de los Negocios Verdes en estos departamentos permitiría un desarrollo económico del territorio y por lo tanto el aumento del bienestar socio-económico de la población, traducido en el incremento del ingreso per cápita.

**Gráfica 8.** Producto Interno Bruto per cápita de la Región Orinoquía, a precios corrientes



Fuente: Datos DANE, 2010

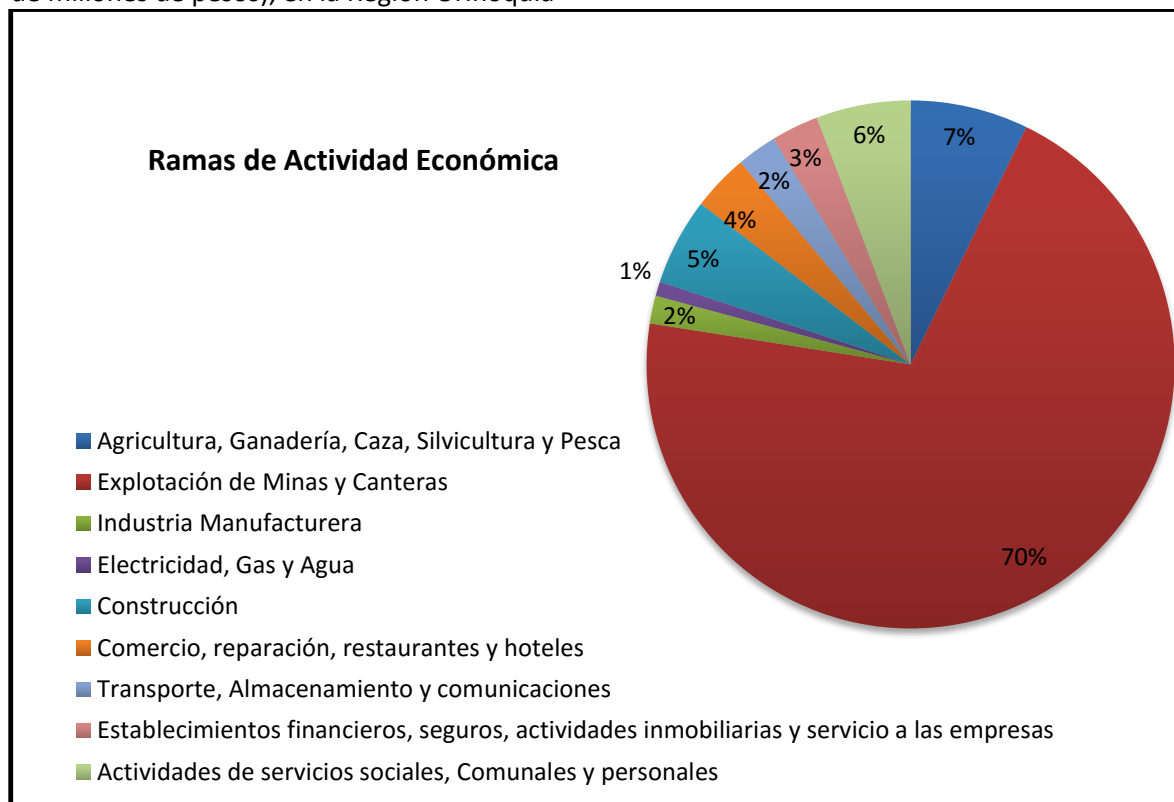
### 9.2.3. Economía Regional por ramas de actividad

El aporte de la región a la producción nacional, contemplando todas las ramas de actividad, corresponde al 10,8% del valor nacional. De otra parte, al analizar los sectores económicos, se puede observar claramente que la mayor contribución a la economía regional se realiza a través de la actividad económica denominada Explotación de minas y canteras (70,3%). Las demás actividades son, comparativamente, de muy bajo aporte, como lo evidencian los porcentajes de Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca (7,2%) y Actividades de servicios sociales, Comunes y personales (5,8%), que ocupan la segunda y tercera posición en la escala.

Si se aprovecha de manera sostenible la gran riqueza natural –por ejemplo en lo que respecta a ingredientes naturales de origen nativo o al atractivo natural para el desarrollo del ecoturismo–, a través del desarrollo de Negocios Verdes, evidentemente el aporte de esta región a la producción nacional aumentaría significativamente.

En este sentido, el aporte por sectores económicos a la economía regional variaría, desarrollándose en mayor proporción la industria manufacturera, con la transformación de materias primas nativas para uso cosmético, alimenticio o medicinal, así como el sector textil, con fibras y tintes naturales. Otro sector con mayor desarrollo sería el de comercio, restaurantes y hoteles, por la acogida a ecoturistas en la zona. Se podrían fomentar, igualmente, la agricultura y pesca sostenibles para que presenten un mayor aporte a la economía de la región.

**Gráfica 9.** Valor agregado, por grandes ramas de actividad económica, a precios corrientes (miles de millones de pesos), en la Región Orinoquía



Fuente: Datos DANE 2010

#### 9.2.4. Exportaciones no tradicionales

La dinámica de las exportaciones no tradicionales en la región indica una evolución, dado que las ventas totales reportadas en 2011 ascienden a US\$9.813.000, frente a los US\$3.314.000 de 2010, lo que representó un asombroso incremento promedio del 196,1%. Casanare mostró un crecimiento del 228,9%, seguido por el Meta con el 192,4%; por su parte, Arauca y Vichada no presentaron dato de exportación alguno.

Tabla 11. Región Orinoquía: Exportaciones no tradicionales 2011

Valor FOB (miles de dólares)	Total Regional		Nacional 2011
	2011	% con respecto al valor nacional	
Sector agropecuario, caza y silvicultura	566	4,8	2.263.913
Sector industrial	9.247	0,1	14.692.631
Total	9.813	0,1	17.167.838
Incremento (%)	196,1		

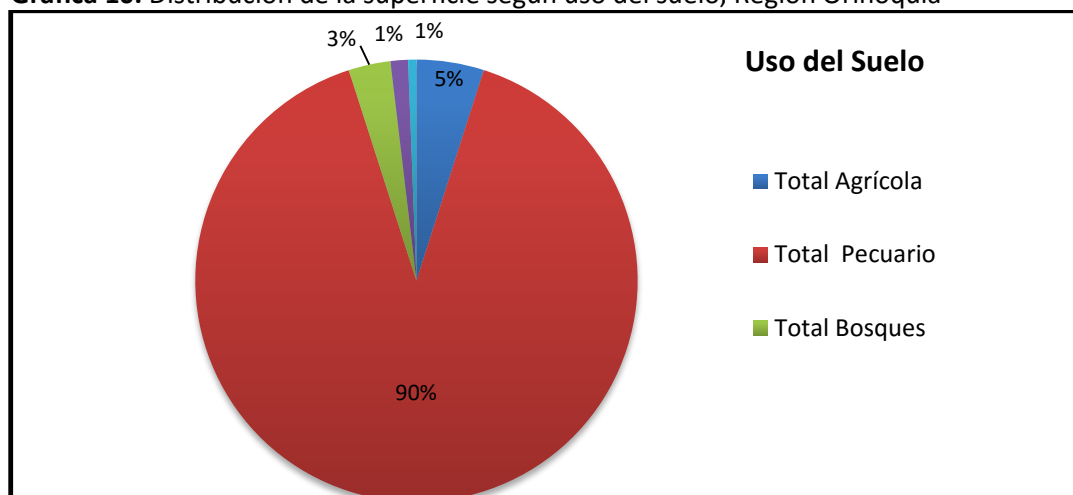
Fuente: Datos DANE 2011

Como se puede ver, el aporte de la Región Orinoquía al total nacional es muy bajo. La promoción de Negocios Verdes permitiría aumentar las exportaciones de los departamentos que la conforman si se consolidan exitosamente estas iniciativas y se aprovechan las ventajas comparativas del territorio en biodiversidad, las tendencias mundiales en el consumo de bienes y servicios amigables con el ambiente, y los acuerdos comerciales que Colombia ha suscrito con otras economías (TLC y otros).

#### 9.2.5. Usos del suelo

El área total de uso del suelo en Casanare y Meta –dos de los cuatro departamentos que componen la región– es de 9.339.992 hectáreas, el cual es predominantemente pecuario (90,1%), con un mínimo de área en otros usos o áreas perdidas (0,6%). La Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) excluye a Arauca y Vichada, por considerarlos tradicionalmente no agrícolas y con dominio de la palma de aceite; la información de estos cultivos se obtiene por registros administrativos.

Gráfica 10. Distribución de la superficie según uso del suelo, Región Orinoquía



Fuente: Datos DANE, 2011

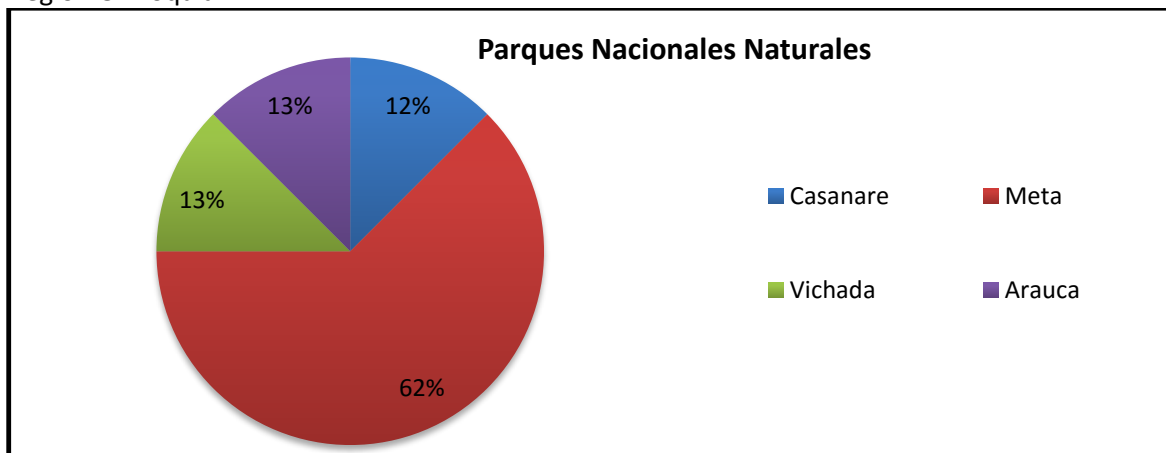
### 9.3. Caracterización ambiental<sup>27</sup>

La Región Orinoquía ofrece lugares de gran potencial ecoturístico (recursos hidrobiológicos y parques naturales, entre otros) y esa riqueza ambiental es también un escenario favorable para la gestión y desarrollo de muchos otros Negocios Verdes.

#### 9.3.1. Áreas protegidas

En lo que respecta a las áreas protegidas, la Orinoquía cuenta con un total de 7 Parques Nacionales Naturales: 1) El Cocuy; 2) Sierra de La Macarena; 3) Cordillera de los Picachos; 4) Chingaza; 5) Sumapaz; 6) Tinigua; y 7) El Tuparro. Estos parques representan el 12,5% del total nacional de áreas protegidas; la Gráfica 11 muestra cómo se distribuye esta cantidad entre los departamentos de la región. La alta presencia de parques naturales representa una gran oportunidad para la promoción y posicionamiento del ecoturismo en la región.

**Gráfica 11.** Distribución porcentual de Parques Nacionales Naturales en los departamentos de la Región Orinoquía



Fuente: Datos Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2013

#### 9.3.2. Biodiversidad<sup>28</sup>

En el Informe sobre el Estado de la Biodiversidad en Colombia 2006-2007, publicado por el Instituto Humboldt, el país es considerado como el cuarto en el mundo, siendo, por grupo taxonómico, el segundo a nivel de plantas, el primero en anfibios y aves, el tercero en reptiles, y el quinto en mamíferos. La biodiversidad varía de acuerdo con las regiones naturales del país: La Orinoquía ocupa el segundo lugar en peces, el tercero en mamíferos y el cuarto en anfibios y reptiles. El total de especies representa el 9,2% del comparativo nacional. La siguiente tabla muestra la distribución de especies en la región y el porcentaje con respecto al total nacional.

<sup>27</sup> **MADS.** Parques Nacionales Naturales de Colombia, <http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.01>.

<sup>28</sup> **Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt.** Informe sobre el Estado de la Biodiversidad en Colombia 2006-2007, 2008.

Tabla 12. **Diversidad de especies en la Región Orinoquía**

Grupo taxonómico	Región Orinoquía			Total nacional
	Número de especies	%	% con respecto al valor nacional	
Peces (agua dulce)	619	14,7	33,2	1.357
Aves	644	15,3	90,1	1.865
Anfibios	41	1,0	8,7	715
Mamíferos	101	2,4	19,3	471
Reptiles	119	2,8	0,3	524
Plantas	2.692	63,9	5,9	41.000
<b>Total</b>	<b>4.216</b>	<b>100,0</b>	<b>9,2</b>	<b>45.932</b>

Fuente: Datos Instituto Humboldt, 2008

### 9.3.3. Manejo de residuos

En la región se producen aproximadamente 715.81 toneladas al día de residuos sólidos domiciliarios, de las cuales el 63,69% se generan en Meta, el 25,52% en Casanare, el 9,86% en Arauca y el restante 0,92% en el departamento de Vichada (Tabla 12.). En lo que respecta a la disposición final, se evidencia que en la mayoría de los casos es adecuada, ya que más del 95% de los residuos de la región se lleva a rellenos sanitarios y solo alrededor del 4% se arroja en botaderos a cielo abierto; aun así, nunca son dispuestos en los ecosistemas.

Tabla 13. **Producción y manejo de residuos domiciliarios en la Región Orinoquía**

Departamento	Producción de residuos domiciliarios ton/día	%	Rellenos sanitarios (%)	Botaderos a cielo abierto (%)
Casanare	182,71	25,52	99,63	0,37
Meta	455,90	63,69	99,00	1,00
Vichada	6,60	0,92	100,00	0,00
Arauca	70,60	9,86	83,86	16,14
<b>Total</b>	<b>715,81</b>	<b>100,00</b>	<b>95,62</b>	<b>4,38</b>

Fuente: Datos Planes de gestión ambiental regionales (2002-2012)

Este sector cuenta con gran potencial de desarrollo en el territorio pero es necesario generar políticas y proyectos que incentiven la separación en la fuente, que mejoren las condiciones de disposición final de los residuos generados y que promuevan la cultura de la reutilización y el reciclaje, permitiendo con ello una valoración y aprovechamiento de los mismos. Dicho potencial se ve reflejado en la transformación de los residuos orgánicos en abonos más limpios, que pueden ser aprovechados en el sector agrícola; así mismo, los residuos inorgánicos pueden ser transformados y aprovechados en bienes con impacto ambiental positivo.

## 9.4. Negocios verdes en la región<sup>29</sup>

A continuación se describe la situación actual de los Negocios Verdes en la región, identificando la incursión de la temática en los planes de acción de las autoridades ambientales, los planes de desarrollo departamentales, los planes regionales de competitividad y en las agendas internas. Así mismo, se describe la oferta regional por categorías de Negocios Verdes y las particularidades departamentales que favorecen su inclusión en esta zona del país.

<sup>29</sup> **Corporaciones Autónomas Regionales.** Planes de acción. **Gobernaciones departamentales.** Planes de desarrollo departamentales. **DNP.** Agenda interna para la productividad y la competitividad. 2007.

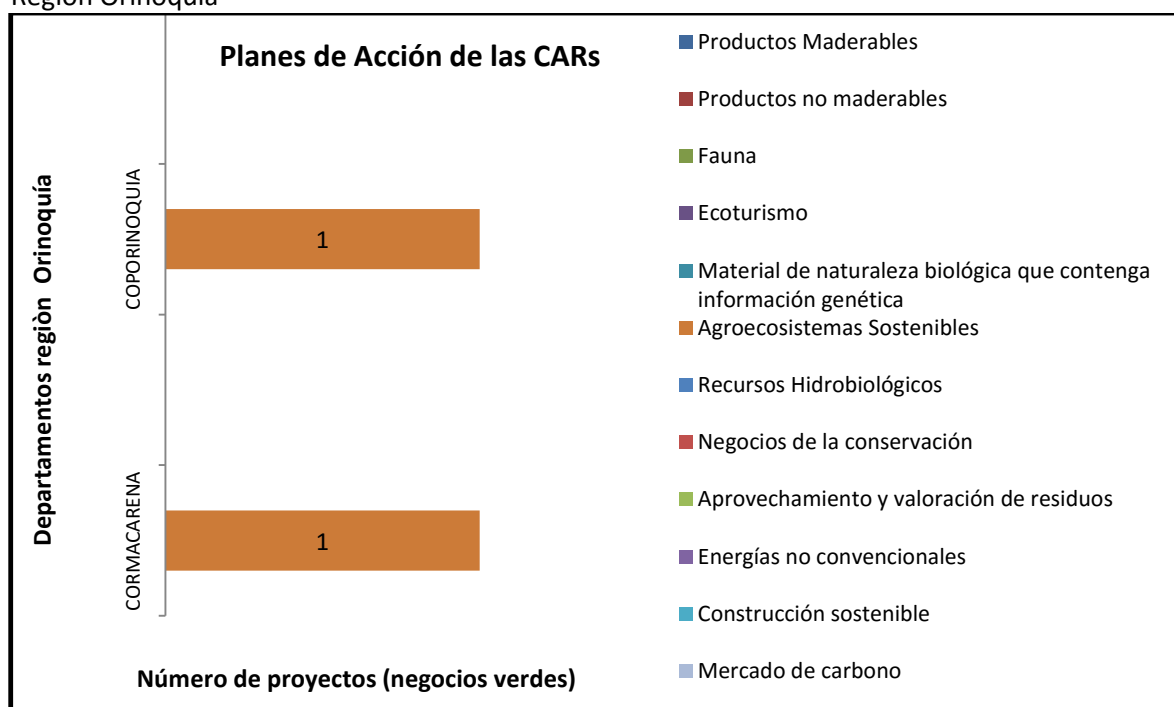
#### 9.4.1. Planes de acción de las autoridades ambientales

La inclusión de la temática de Negocios Verdes en los planes de acción de las CAR, que son las autoridades ambientales de la región, permite tener una idea de la inserción de estos negocios para el período 2012-2015, y de esta manera observar el potencial de promoción y desarrollo regional en la materia.

Resulta relevante identificar los programas y proyectos que se desarrollan en relación con los Negocios Verdes, puesto que las autoridades ambientales tienen cercanía con las empresas y relación con la gestión de los recursos naturales. En la Región Orinoquía tienen jurisdicción 2 autoridades ambientales: CORMACARENA y CORPORINOQUÍA.

Dentro de los planes de acción de estas autoridades ambientales consultados, se encontraron en total 2 proyectos relacionados con la promoción de Negocios Verdes, uno por cada Corporación. En cuanto a la clasificación de estos negocios en los planes de acción, se encuentra que los proyectos están relacionados únicamente con el sector Agrosistemas sostenibles, es decir, con productos generadores de beneficios ambientales y, por tanto, se evidencia un potencial a desarrollar en este sector.

**Gráfica 12.** Proyectos en los planes de acción en relación con Negocios Verdes, según sectores en la Región Orinoquía



Fuente: Datos Planes de acción CAR 2012-2015

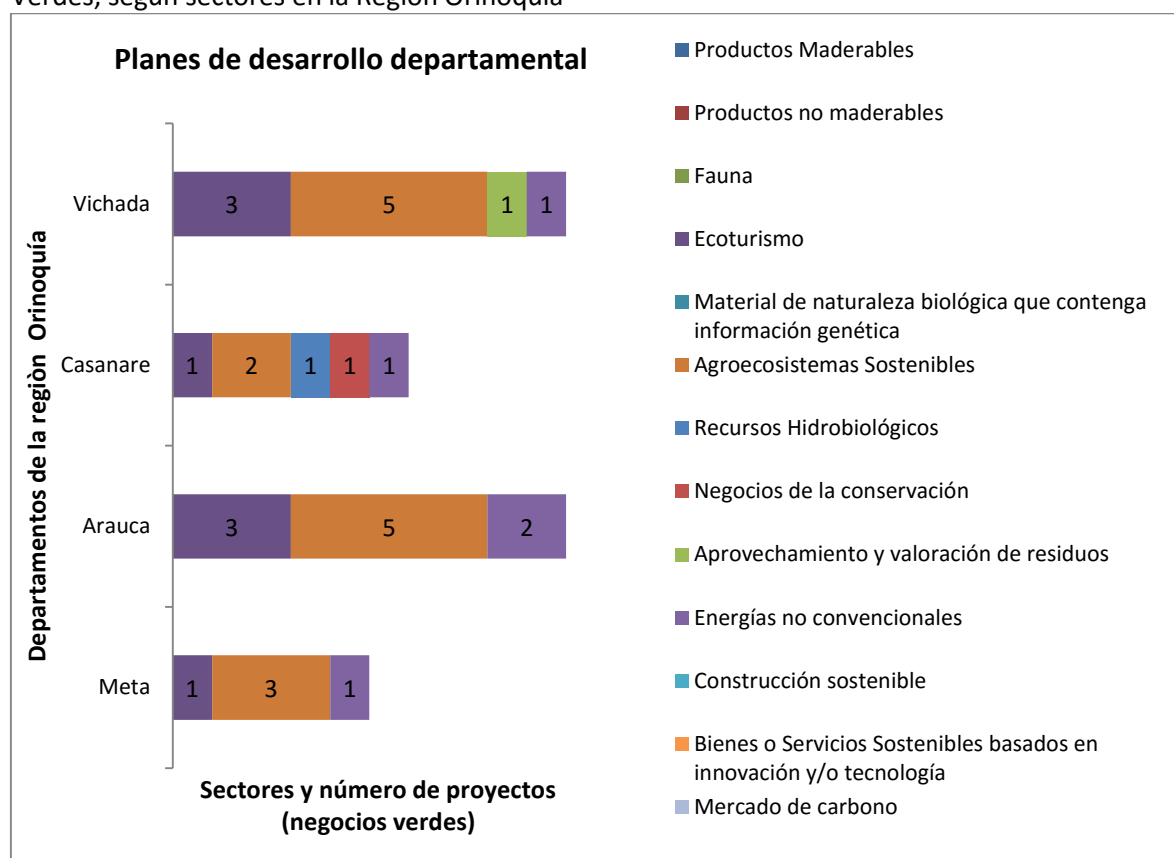
#### 9.4.2. Planes de desarrollo departamentales

La identificación de los elementos relacionados con Negocios Verdes presentes en los planes de desarrollo departamentales es relevante puesto que permite observar el accionar del ente territorial para el mandato de Gobierno 2012-2015 y, así, identificar elementos que podrán ser aprovechados en la promoción y desarrollo de los mismos a nivel territorial.

Dentro de los 4 planes departamentales de desarrollo consultados (Arauca: “Es hora de resultados”; Casanare: “La que gana es la gente”; Meta: “Juntos construyendo sueños y realidades”; y Vichada: “Mejorar sí es posible”), se identificaron en total 31 proyectos o subprogramas relacionados con el desarrollo de Negocios Verdes; de estos, 10 pertenecen al departamento de Arauca, 6 al Casanare, 5 al Meta, y 10 al Vichada.

Al igual que con los planes de acción de las autoridades ambientales, se identifica que la mayor parte (48,39%) se encuentra en el sector Agrosistemas sostenibles, con 15 proyectos, seguido por Ecoturismo, con 8, y Fuentes no convencionales de energías renovables, con 5. El 9,68% restante corresponde a los sectores Recursos hidrobiológicos, Negocios para la restauración y Aprovechamiento y valorización de residuos, que cuentan con 1 proyecto cada uno.

**Gráfica 13.** Proyectos en los planes de desarrollo departamentales relacionados con Negocios Verdes, según sectores en la Región Orinoquía



Fuente: Datos Planes de desarrollo departamentales 2012-2015

#### 9.4.3. Planes regionales de competitividad

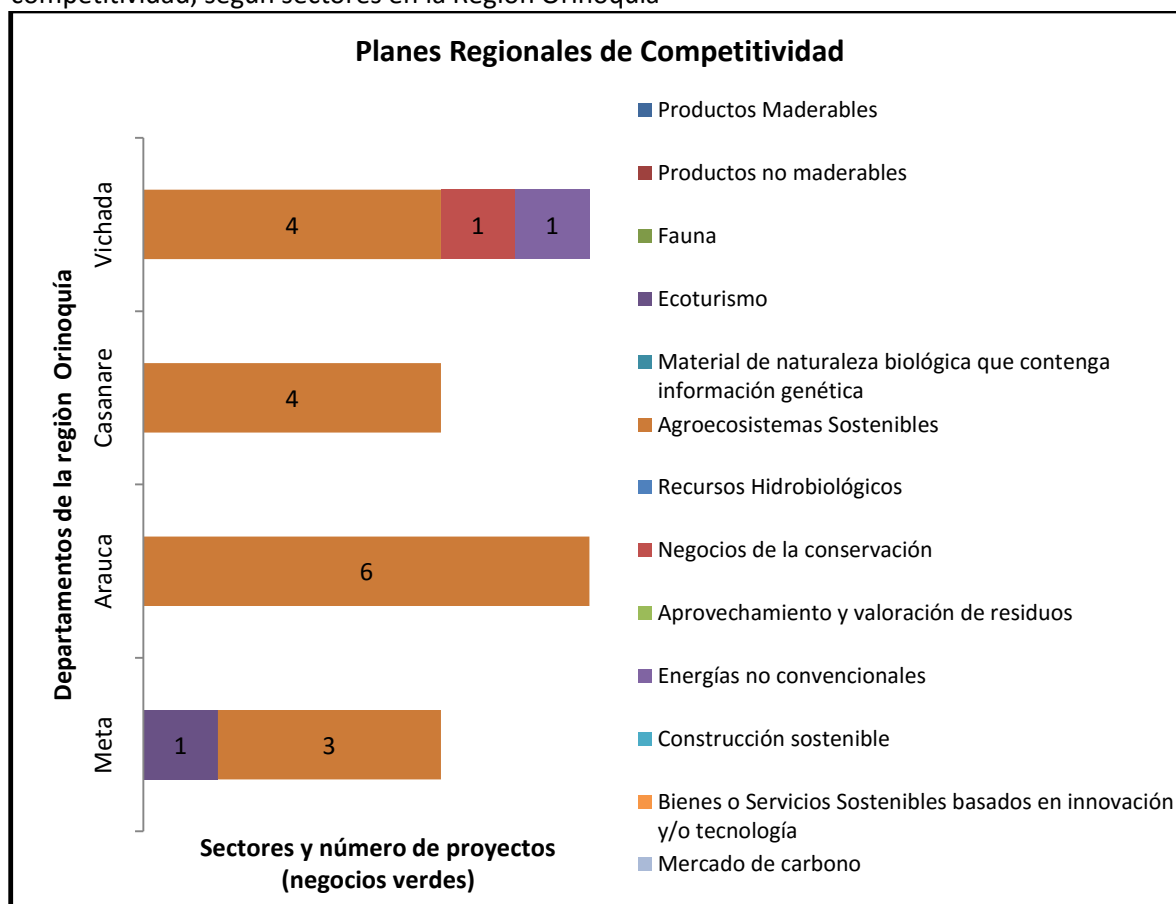
La identificación de los elementos relacionados con Negocios Verdes en los planes regionales de competitividad es relevante puesto que estos elementos de planeación son coordinados por actores clave en los temas empresarial y de mercados: El MINCIT con el apoyo de Confecámaras. La consulta de este documento permite visualizar proyectos prioritarios sectorizados.



Dentro de los 4 planes regionales de competitividad consultados, se identificaron en total 20 proyectos relacionados con el desarrollo de Negocios Verdes; de estos, 6 pertenecen al departamento de Vichada, 6 a Arauca, 4 a Casanare y 4 a Meta.

De la misma manera que en los elementos de planeación nombrados anteriormente, la mayoría se encuentra dentro del sector Agroecosistemas sostenibles, con 17 proyectos, seguido por Ecoturismo, con 2, y Fuentes no convencionales de energías renovables y Negocios para la restauración, con 1 proyecto cada uno. En la Gráfica 14 se muestra la distribución por sectores de proyectos de Negocios Verdes dentro de los planes de competitividad de cada departamento.

**Gráfica 14.** Número de proyectos relacionados con Negocios Verdes en los planes regionales de competitividad, según sectores en la Región Orinoquía



Fuente: Datos Planes Regionales de Competitividad, 2009

#### 9.4.4. Agendas Internas (Apuestas productivas)

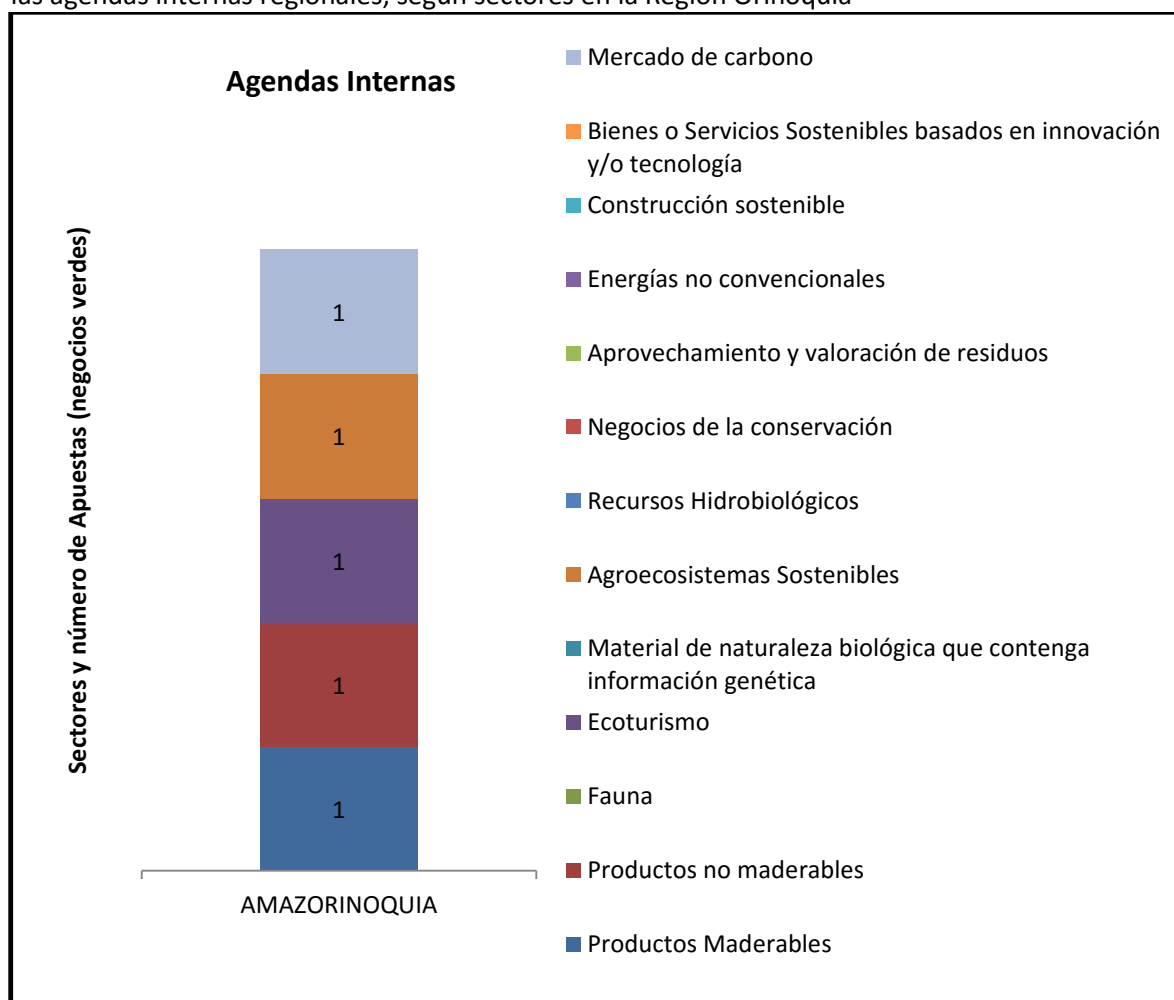
Las agendas internas son claves para la identificación de elementos relacionados con Negocios Verdes. En estos documentos los actores del territorio y los sectores productivos definen acuerdos sobre acciones estratégicas para mejorar la productividad y la competitividad y, por lo tanto, permiten visualizar oportunidades de fomento de los Negocios Verdes.

Para el caso de la Región Amazonía, se generó una agenda interna para la productividad y la competitividad conjunta con los departamentos que componen la Región Orinoquía. Se le denominó Documento Regional Amazorinoquía (Arauca, Casanare, Vichada, Vaupés, Guainía, Guaviare, Meta,

Amazonas, Caquetá y Putumayo) y en él se evidenció un total de 5 apuestas productivas relacionadas con el desarrollo de Negocios Verdes.

Con respecto a la distribución dentro de los sectores de Negocios Verdes (Gráfica 14), una de las apuestas productivas se orienta a Agrosistemas sostenibles, otra a Especies maderables, una a No maderables, una para Ecosistemas (ecoturismo) y la restante al Mercado de carbono. La Tabla 14 describe las apuestas productivas por departamento.

**Gráfica 15.** Número de Apuestas productivas relacionadas con Negocios Verdes incluidas dentro de las agendas internas regionales, según sectores en la Región Orinoquía



Fuente: Datos agenda interna para la productividad y la competitividad, 2007

**Tabla 14. Región Orinoquía: Apuestas productivas Regionales, Agendas internas**

REGION	PRODUCTOS Y SERVICIOS	APUESTA
AMAZORINOQUIA	Productos promisorios.	Creación de <i>clusters</i> agroindustriales de productos promisorios que corresponden a la rica diversidad o a los cultivos tradicionales de la región: fruticultura, plantas medicinales, esencias aromáticas, caucho natural, condimentos, vainilla, frutales amazónicos, palmito y marañón, aceites esenciales y cafés especiales (orgánicos).
	Ecoturismo, agroturismo, etnoturismo.	Conformar el <i>cluster</i> turístico, articulando las cadenas de servicios.
	Aprovechamiento de la biodiversidad.	Aprovechar y conservar la biodiversidad mediante la captura de CO2 y la promoción de mercados verdes.

Fuente: Datos Agendas internas Regionales.

#### 9.4.5. Identificación de la oferta regional de productos en Negocios Verdes

La priorización de categorías de Negocios Verdes a impulsar en la región, debe generarse, entre otros aspectos, de acuerdo con la identificación y la caracterización de la oferta de productos relacionados con Negocios Verdes presentes en el territorio. A continuación se describe la oferta a nivel regional, tomando como base el “Informe de Identificación de Desarrollos Empresariales de Biocomercio en Colombia del año 2012”, en el cual se detallan las especies y departamentos con mayor producción.

##### 9.4.5.1. Empresas de biocomercio

Con respecto a las empresas de biocomercio por subsectores, se evidencian datos de esta región solo para el departamento del Meta, con dos empresas en el sector agropecuario sostenible, pero no existe registro alguno para Arauca, Casanare y Vichada.

##### 9.4.5.2. Ingredientes naturales de origen nativo

Con respecto a las áreas de generación de productos nativos para uso alimenticio en la Región Orinoquía, se cuenta con un total de 17.438 hectáreas; cabe destacar que el 78% se encuentra concentrado en Arauca, le sigue Meta, con un 19,21%, y el restante se distribuye entre los departamentos de Casanare y Vichada.

Tabla 15. Identificación de áreas de generación de productos nativos para uso alimenticio en la Región Orinoquía (2011)

Departamento	Área (ha.)	%
Arauca	13.600	77,99
Casanare	340	1,95
Meta	3.350	19,21
Vichada	148	0,85
Total Regional	17.438	100,00

Fuente: Datos Informe final Identificación de desarrollos empresariales de biocomercio en Colombia (2012)

##### 9.4.5.3. Insumos biológicos nativos

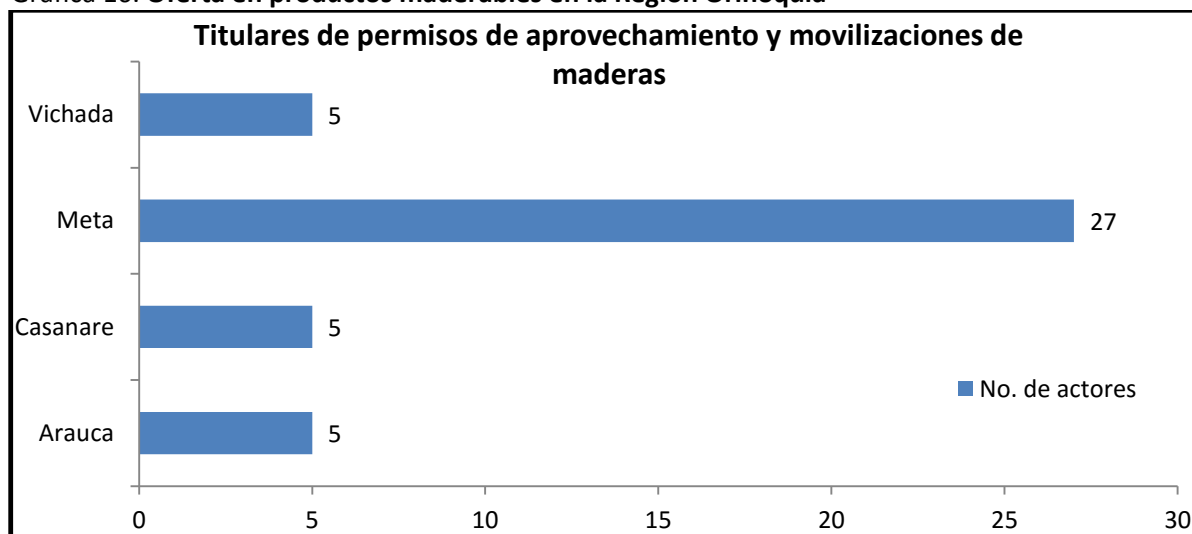
En esta categoría se consideran las empresas dedicadas a la producción comercial de insumos biológicos, generados a partir de especies nativas, para uso en actividades agropecuarias y soluciones medioambientales. En la región se reportan un total de 8 empresas, localizadas en los departamentos de Meta y Casanare.

##### 9.4.5.4. Productos naturales maderables

Para esta subcategoría se toma en cuenta el registro de Permisos aprovechamiento y movilización, tramitado por personas naturales o jurídicas que extraigan, reforesten y comercialicen maderas provenientes de especies de flora nativa. Cabe destacar que esta oferta podría estar subvalorada puesto que, en gran proporción, esta actividad se lleva a cabo de manera ilegal (41%). Los Negocios Verdes representan, precisamente, una oportunidad de legalización de las actividades clandestinas de explotación y permiten incrementar la oferta formal para la apertura de mercados nacionales e internacionales.

Entre los 4 departamentos de la región se reportan solo 42 titulares de estos permisos, lo que representa la tasa regional más baja (0,86%) en el comparativo nacional (4.860 titulares). Están distribuidos de la siguiente manera: Meta concentra el 64,29%, con 27 titulares; los tres departamentos restantes reportan un 11,90%, con 5 titulares cada uno (Gráfica 16).

Gráfica 16. Oferta en productos maderables en la Región Orinoquía



Fuente: Datos Informe final Identificación de desarrollos empresariales de biocomercio en Colombia (2012).

#### 9.4.5.5. *Productos naturales no maderables*

A esta categoría pertenece la extracción legal de materias primas derivadas de los bosques, tales como fibras, hojas, semillas, extractos o resinas, excluyendo los insumos nativos de origen natural dirigidos a la industria cosmética, medicinal o alimenticia, los cuales están categorizados como ingredientes naturales nativos. Para la Región solo se identificó un actor, en el departamento del Meta.

#### 9.4.5.6. *Ecoturismo*

En este apartado están las empresas dedicadas a la actividad turística a la manera de turismo de naturaleza, desarrollado bajo criterios de sostenibilidad. En la región se reporta tan solo una y se encuentra en Vichada; esto guarda relación con la misma cantidad de destinos que ofrece dicho departamento.

#### 9.4.6. *Particularidades regionales para el desarrollo de Negocios Verdes*

Cada departamento presenta características propias y potencialidades que permiten la promoción y el desarrollo de Negocios Verdes en la región. La Tabla 16 describe dichas particularidades, según las apuestas productivas identificadas en las agendas internas.

Tabla 16. Particularidades de la Región Orinoquía para la promoción y desarrollo de Negocios Verdes

Departamento	Agroindustria	Ecoturismo
Casanare	Casanare se clasifica como el tercer hato ganadero en el país y como el segundo productor de arroz y el cuarto de aceite de palma.	El departamento cuenta con áreas definidas como resguardos indígenas, donde sus habitantes aún conservan sus tradiciones y costumbres; de igual manera, posee áreas de alta riqueza ambiental, como esteros, morichales y lagunazos, que conservan y atraen gran variedad de especies de fauna y flora, muchas de ellas endémicas.
	El piscícola ha sido uno de los sectores productivos con mayor crecimiento en los últimos años en la jurisdicción de CORPORINOQUÍA, especialmente en los municipios del sur del departamento.	
	Se estima que en 2008 se sembraron 5.700 hectáreas de soya en el Casanare, con tendencia al incremento de las áreas plantadas, dada la extensión de tierras aptas para el cultivo.	
	Uno de los principales renglones de la economía en el departamento se encuentra en el cultivo del arroz, con 65.390 ha., que es el 8,8% del total nacional (2010).	La riqueza del paisaje, la biodiversidad, la cultura llanera, los atractivos turísticos en municipios como Támara, Nunchía, Pore, Orocué, Macuco, que enmarcan la ruta de Los Libertadores y la comercialización de especies de fauna y flora con Europa por el río Meta, hacen de Casanare un departamento con gran potencial turístico, enfocado al turismo ecológico.
	El cultivo de palma de aceite ha tenido un crecimiento significativo; en 2006 se encontraban sembradas 30.342 ha., aproximadamente, en los municipios de Villanueva, Monterrey, Tauramena, Maní, Aguazul, Yopal y Nunchía.	
	Otros cultivos permanentes. Cacao, plátano, frutales y café.	
Meta	Los principales productos son: Maíz, yuca, plátano, cítricos, frutales, ganadería extensiva y, en menor proporción, cacao, café y la cría de algunas especies menores; en el piedemonte se encuentran pequeños sembradíos de tomate, ají, pimentón, pepino cohombro, ahuyama, melón y habichuela.	El departamento promociona tres rutas con características ecoturísticas, que se han convertido en el eje del desarrollo turístico, de este sector. Ruta Salinera: Tiene como punto de partida Villavicencio; tomando la Troncal del Llano, inicia su travesía por los municipios de Restrepo y Cumaral, en el Meta; pasa luego por los municipios de Paratebuena y Maya, en Cundinamarca; y termina en Barranca de Upía, en el Meta otra vez.
	El cultivo de arroz se presenta principalmente en los municipios de Villavicencio, Cabuyaro, Granada, Fuente de Oro y Puerto López, en una área de 88.028 ha. (2008).	
	La ganadería se ubica en los municipios de Villavicencio, Acacías, Castilla la Nueva, Guamal, San Martín, Puerto López y Puerto Gaitán; el área dedicada a la ganadería extensiva en el departamento, durante el 2008, fue de 2.636.403 ha.	Ruta del Amanecer Llanero o Ruta Turística del río Meta: Comprende los municipios de Villavicencio, Puerto López y Puerto Gaitán. Ruta del Embrujo Llanero o Ruta Turística del Ariari: Se inicia en Villavicencio, desde donde se aprecia el Piedemonte Llanero flanqueado por la Cordillera Oriental; atraviesa los municipios de Acacías, Guamal, Castilla La Nueva, San Martín, Granada, Fuente de Oro y San Juan de Arama.
	Para el año 2008, el área sembrada de plantaciones forestales fue de 2.870 ha., siendo el municipio de Puerto López el de mayor cantidad, con 2.170 ha. (75,6%), seguido de Puerto Gaitán con 592 ha. (15,6%); las 335 ha. restantes, que representan el 8,8%, se distribuyeron en otros 14 municipios, de los cuales sobresalen Mapiripán, Cabuyaro, Restrepo, Puerto Lleras y Granada. Entre las especies plantadas se encuentran: Pinus caribea, teca (tectona grandis), eucaliptus pellita y acacia mangium, entre otras.	
	La producción piscícola se concentra en los municipios de Villavicencio, Castilla la Nueva, Acacías, Restrepo y Lejanías.	Tiene una oferta de 53 fincas agroturísticas con algunos senderos ecoturísticos y con capacidad de albergar aproximadamente 1.250 visitantes; se ubican principalmente sobre las tres rutas turísticas.
	Cultivos permanentes: Palma africana, caucho, café, cacao, cítricos, aguacate, durazno. 127.917 ha. en 2008.	
	Cultivos semipermanentes: Yuca, plátano, caña panelera, maracuyá, papaya, piña, lulo, piña, arazá, sagú. 295.907 ha. en 2008.	
	Cultivos transitorios principalmente soya y maíz. 48.582 ha. en 2008.	

Departamento	Agroindustria	Ecoturismo
Vichada	Extensión aproximada de 10.024.200 ha., de las cuales 3.102.134 son de bosques nativos, lo que representa el 39,9%. En cultivos transitorios y permanentes tiene 13.322 ha. (0,13%); en cultivos forestales plantados, 15.000 (0,14%); en pastos naturales y mejorados, 1.430.198 (14,2%, siendo los naturales más del 90%); el área restante se encuentra en centros urbanos.	El Vichada es un destino turístico que hace uso del patrimonio natural, como parques, ríos y lagunas. A su vez, se puede complementar con etnoturismo (7 pueblos indígenas dentro del departamento).
	Las principales actividades económicas del departamento de Vichada son la ganadería, el comercio y la agricultura. En la ganadería se destaca la Bovina, que se desarrolla en toda la superficie cubierta por sabanas naturales, principalmente en el municipio de La Primavera. La agricultura, incipiente, a causa de las condiciones de aptitud del suelo, limitación de la mano de obra y altos costos de producción y transporte, tiene como destino solo el autoconsumo.	El departamento posee 10 Reservas de la Sociedad Civil, en Puerto Carreño, con 13.971,4 ha. distribuidas en 7 predios. En el municipio de Cumaribo hay 3 reservas, con un área de 5489.47 ha.
	En el sector agropecuario, a excepción del algodón, solo se tienen renglones productivos dedicados al mercado interno (maíz, yuca, plátano y algodón, y en pecuarios, principalmente de ganado de carne). Además, se encuentra en implementación la forestación de maderables (pino caribe, eucalipto pellita, eucalipto urofila y acacia mangium) y, en más baja escala y a nivel de ensayos, la siembra de jatropha, para biodiesel e inchi o cacay como fuente de aceites comestibles.	Puerto Carreño, por ser puerto fluvial sobre el Orinoco y por su ubicación estratégica como ciudad fronteriza y su proximidad al Parque Nacional Natural El Tuparro, ofrece ilimitadas posibilidades para el ecoturismo, el turismo de aventura y el etnoturismo, la práctica de deportes extremos y la pesca deportiva, entre otras actividades; son de gran interés las etnias presentes en la región, con su rica muestra de lenguas y dialectos, y la cultura llanera.
	Se destacan, en orden de extensión, cultivos de algodón, maíz y plátano, cuyas producciones se logran con sistemas tradicionales y una mínima técnica en las vegas de los ríos Meta, Orinoco y Guaviare. La fibra de algodón, a pesar de su baja producción, recibe las mejores calificaciones por madurez, resistencia y tamaño.	Las áreas protegidas de reservas municipales existentes en el departamento del Vichada están ubicadas en el municipio de Puerto Carreño; son cuatro zonas declaradas como tales mediante actos administrativos: El Cerro El Bitá, el Cerro de la Bandera y las Piedras de Custodio, la Reserva Natural y Turística El Tiesterro, y la Playa Municipal de Puerto Carreño.
	La pesca constituye un importante renglón económico; se comercializan aproximadamente 30 variedades de peces ornamentales con destino a Bogotá y el exterior.	
	El mimbre y el chiqui-chiqui son dos variedades forestales que explota la población indígena.	
	El cultivo del marañón lleva más de 20 años de explotación artesanal, con buenos resultados.	
Arauca	En uso del suelo –según el Plan de Ordenamiento Territorial del año 2005 adelantado por la gobernación–, los bosques naturales, con diferente grado de intervención, ocupan el 16% del territorio; los matorrales, especialmente ralos, el 17%; las superficies de agua (incluyendo el glaciar del Nevado del Cocuy), el 3%; las áreas con vegetación herbácea y/o arbustiva (sabanas naturales en zonas pantanosas, especialmente), el 47%; los cultivos (especialmente de agricultura tradicional), el 17%; y las áreas dedicadas a construcciones e infraestructura, el 0,1%.	Algunas regiones del departamento, como la del Sarare, ofrecen una serie de bienes y servicios no tangibles relacionados con el uso recreacional del agua y paisajes naturales en balnearios ubicados en las corrientes y sistemas hídricos de los ríos Casanare, Ariporo, Ele, Tame y Cravo Norte.
	Este departamento demuestra gran potencial en el mercado de productos verdes y en biocomercio, especialmente de productos vegetales, debido a la existencia de especies vegetales ornamentales, como las heliconias (fam. musácea). En los bosques húmedos de la región hay potencial de establecer plantaciones forestales y agrícolas para la producción, por comunidades indígenas, de especies de follaje, producción de fibras vegetales para cestería, bolsos, sombreros, mochilas, artesanías, a través del aprovechamiento de palmas como la iraca (cardulovica palmata), corozo (astrocarium jauari) y moriche (mauritia flexuosa).	Establecimiento de parques ecoturísticos como La Cachama Parque Ecoturístico y el Parque Histórico y Ecoturístico Los Libertadores, localizados en el municipio de Tame en Arauca. Así mismo, se desarrolla, aunque en menor proporción y en proceso de disminución por problemática socio-política de orden público, el turismo científico de exploración, especialmente en predios del Parque Nacional Natural El Cocuy y su zona de amortiguación.
	El aprovechamiento de los recursos forestales no maderables, tales como semillas, frutos, cortezas, etc., para la fabricación de artesanías, la extracción de algunos aceites, taninos, tinturas, de especies forestales, para artesanías y medicina, constituyen un bien natural promisorio en este departamento, debido a la alta diversidad vegetal existente en toda la región de piedemonte e incluso en algunas zonas bajas muy bien conocidas en cuanto a estos productos por comunidades indígenas y algunos campesinos.	Es importante para este departamento el valor de las culturas y costumbres de las tribus indígenas, conservadas y transmitidas por generaciones, como las 35 comunidades de los pueblos Guahíbos, los Uwas, que viven en el piedemonte llanero, y los Ingas, que son un pueblo inmigrante de otra región y que se encuentra en el casco urbano del Municipio de Arauca.

Fuente: Datos agenda interna para la productividad y la competitividad, 2007

## 10. PLAN DE ACCIÓN REGIONAL

Tomando como base las características regionales del país, la inclusión de los Negocios Verdes en las regiones, las limitantes identificadas, el análisis de los resultados obtenidos en el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes y, principalmente, la información resultante de la construcción conjunta y participativa del Programa Regional con los actores del territorio, se proponen las siguientes líneas estratégicas de intervención para la construcción del Plan de Acción del PRNV.

Estas líneas estratégicas involucran elementos de las entidades de soporte para el desarrollo del mercado de Negocios Verdes: fortalecimiento de la demanda (consumidores) y fortalecimiento de la oferta (productores/empresas).

Tabla 17. Líneas estratégicas de intervención

MERCADO DE NEGOCIOS VERDES		
<u>LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE INTERVENCIÓN</u>	<u>OBJETIVOS</u>	
Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y productor sobre los Negocios Verdes.	Dar a conocer a las instituciones públicas y privadas y a la sociedad civil qué son los Negocios Verdes, sus características diferenciadoras, sus beneficios para el ambiente, la salud y la sociedad.	Fortalecimiento demanda (consumidores).  y  Fortalecimiento oferta (productores/empresas).
Política y normatividad.	Revisar y ajustar el marco normativo con el fin de facilitar el impulso y posicionamiento de los Negocios Verdes; que este marco sea claro y transparente, que permita contar con una interpretación unificada y que disminuya el riesgo y la incertidumbre del proceso sobre requisitos, procedimientos, tiempo y costos.	
Ciencia, tecnología e innovación.	Promover y fomentar la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en cada uno de los sectores de Negocios Verdes, con el fin de lograr los siguientes objetivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar la competitividad de los productos de Negocios Verdes.</li> <li>- Generarle valor agregado a los productos de Negocios Verdes.</li> <li>- Permitir la diferenciación en el mercado.</li> <li>- Facilitar la apropiación y adaptación local del conocimiento (investigación, tecnología, innovación).</li> </ul>	

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

Recursos/incentivos económicos y financieros.	Desarrollar y articular instrumentos económicos y financieros específicos a los sectores pertenecientes a Negocios Verdes con el fin de promover e impulsar la oferta y la demanda del mercado verde.	Fortalecimiento demanda (consumidores).  y  Fortalecimiento oferta (productores/empresas).
Acceso a mercados.	Posicionar y consolidar los productos y servicios de Negocios Verdes en el mercado local, regional, nacional e internacional por medio del diseño y aplicación de estrategias de comercialización y de la articulación con los actores que dinamicen la oferta y demanda del mercado verde.	
Coordinación y articulación institucional/sectorial.	Coordinar y articular a las instituciones públicas y privadas y a los sectores productivos relacionados con Negocios Verdes, a nivel regional y a nivel regional-nacional, con el fin de promocionar y consolidar estos negocios como un nuevo renglón en la economía regional.	
Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación.	Desarrollar un sistema de información Regional/Nacional de Negocios Verdes que cumpla las siguientes funciones: - Difundir y promover sus productos y servicios. - Servir de conector entre la oferta y la demanda (regional/nacional/internacional). - Describir las tendencias e investigaciones de mercado (regional/nacional/internacional). - Describir los requisitos de ingreso a los mercados. - Difundir los procesos de desarrollo tecnológicos. - Difundir las consultorías/diagnósticos/investigaciones realizadas a la fecha. - Divulgar y promover políticas, normatividad, instrumentos, convocatorias y líneas de financiación de Negocios Verdes. - Brindar reconocimiento a sus empresas, entre otros.	
Desarrollo y fortalecimiento de la oferta.	Fortalecer las capacidades de gestión y formación técnica/profesional de los actores de la oferta con el fin de promover: - Su desarrollo empresarial. - La implementación de una producción competitiva. La Investigación y la innovación orientadas a los Negocios Verdes.	



## 10.1. Plan de acción: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y al productor sobre los Negocios Verdes

Tabla 178. Línea Estratégica de Intervención N° 1: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y al productor sobre los Negocios Verdes

Objetivos: Dar a conocer a las instituciones públicas y privadas y a la sociedad civil qué son los Negocios Verdes, sus características diferenciadoras, sus beneficios para el ambiente, la salud y la sociedad.					
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
CAMPAÑAS	1. Crear e implementar una <u>campaña nacional masiva</u> de divulgación, sensibilización, concientización y posicionamiento del tema entre los productores y los consumidores. -Metodología implementación Nacional. -Metodología Implementación Regional.	Campaña creada e implementada que dinamice el mercado de los Negocios Verdes e impulse un cambio cultural del productor y del consumidor.	Una campaña creada e implementada.	MADS, MADR, MINCIT y demás ministerios involucrados.	Corto y continuo.
	2. Crear e implementar campañas de divulgación regional y nacional sobre el PRNV (conceptos, beneficios, sectores, herramientas, objetivos, etc.) a las Instituciones Públicas, la academia, la mesa de cooperantes internacionales, el sector financiero y los gremios productivos.		Nº de campañas realizadas (instituciones públicas, academia, mesa de cooperantes, sector financiero y gremios).	Autoridades ambientales y entes territoriales.	Corto y continuo.
	3. Realizar campañas regionales de sensibilización para reforzar continuamente la estrategia nacional.	Cinco (5) campañas regionales implementadas.	Cinco (5) campañas regionales implementadas.	Autoridad Ambiental Regional y entes territoriales (Gobernación y alcaldías).	Corto y continuo.
SELLOS: AMBIENTAL	4. Crear e implementar una campaña de promoción y sensibilización al consumidor sobre el uso, ventajas y beneficios de los Sellos Ambientales.	Posicionamiento, consolidación y reconocimiento de los sellos en el mercado	Una campaña de promoción y sensibilización creada e implementada.	MADS, MADR, Cámaras de Comercio y SENA.	Corto y continuo.

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

	5. Incentivar la participación de la empresa privada regional.	(demanda y oferta) regional, nacional e internacional.	Nº de mesas de trabajo, campañas y talleres, entre otros, realizados.	Autoridad Ambiental Regional y Cámara de Comercio.	Corto y continuo.
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
<b>SELLOS: AMBIENTAL COLOMBIANO, ALIMENTO ECOLÓGICO Y TURISMO SOSTENIBLE</b>	6. Gestionar el reconocimiento y validación internacional de los sellos.	Posicionamiento, consolidación y reconocimiento de los sellos en el mercado (demanda y oferta) regional, nacional e internacional.	Acercamientos realizados con países para validar y reconocer los sellos.	MADS, MADR y Viceministerio de Comercio Exterior.	Mediano.
	7. Crear Normas Técnicas Colombianas (NTC) que sirvan como herramientas de mercadeo y diferenciación para productos del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad regional.		Nº de NTC creadas para productos de la categoría de aprovechamiento sostenible de la biodiversidad regional.	MADS, MADR e ICONTEC.	Mediano.
	8. Crear la metodología para validar y unificar los “avales de confianza” regionales, emitidos por las CAR. - Requisitos de cumplimiento. - Planes de desempeño y sanciones.	Metodología y lineamientos creados, que unifiquen y validen los “avales de confianza” emitidos por las CAR.	Metodología y lineamientos creados del “aval de confianza”.	MADS, Autoridades Ambientales Regionales, productores y gremios.	Corto.

Fuente: CAEM, 2013

## 10.2. Plan de acción: Política y normatividad

Tabla 189. Línea Estratégica de Intervención N° 2: Política y normatividad

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

<b>Objetivos:</b> Revisar y ajustar el marco normativo con el fin de facilitar el impulso y posicionamiento de los Negocios Verdes, que sea claro y transparente, que permita contar con una interpretación unificada y que disminuya el riesgo e incertidumbre del proceso sobre los requisitos, procedimientos, tiempo y costos.					
<b>Actividades</b>		<b>Resultados esperados</b>	<b>Indicador</b>	<b>Actor(es) responsable(s) de la actividad</b>	<b>Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)</b>
<b>INTERÉS POLÍTICO</b>	1. Formular y oficializar instrumentos de política (leyes, decretos, CONPES) que permitan consolidar el tema al interior del SINA.	Blindar de los intereses y prioridades políticas a oficinas, grupos, programas y otros de Negocios Verdes, al interior del SINA.	Instrumento de política formulado.  Instrumento de política socializado.	MADS y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto.
<b>BIOTECNOLOGÍA</b>	2. Revisión, análisis y ajuste de los trámites actuales exigidos a las empresas e investigadores con fines comerciales en biotecnología.	Disminución y simplificación de trámites para el desarrollo de la biotecnología.	Trámites revisados y ajustados.	MADS, ANLA.	Corto.
<b>ACCESO A RECURSOS GENÉTICOS</b>	3. Diseñar e implementar un programa de capacitación a funcionarios del SINA, investigadores, academia, gremios y empresarios (talleres, seminarios, mesas de trabajo) en la aplicación de la norma.	Personal del SINA, del sector privado y de la academia capacitado con conocimiento técnico y científico en acceso a recursos genéticos.  Interpretación unificada de la norma por parte de los actores.	Nº de funcionarios del SINA, investigadores y empresarios, entre otros, capacitados.	MADS y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto y continuo.
	4. Gestionar el establecimiento de las condiciones, requisitos y obligaciones para el acceso a recursos genéticos con fines industriales y comerciales.		Requisitos y condiciones establecidas para el acceso a recursos genéticos.	MADS.	Corto.
	5. Definir mecanismos técnicos, administrativos y legales para la distribución justa y equitativa de beneficios para el acceso al recurso genético.		Mecanismos técnicos, administrativos y legales definidos.	MADS, Autoridades Ambientales Regionales y ONG.	Corto.
<b>APROVECHAMIENTO BIODIVERSIDAD</b>	6. Elaborar y difundir herramientas (manuales, guías) de procedimientos sobre la implementación de la normatividad ambiental (protocolos,	Protocolos de uso y aprovechamiento sostenibles de la biodiversidad reglamentados.	Nº de herramientas elaboradas y difundidas.	MADS, Autoridades Ambientales e	Corto.

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

	permisos) en diferentes sectores que aprovechan la biodiversidad.	Claridad y transparencia en los permisos de aprovechamiento solicitados.		institutos de investigación.	
	7. Establecer condiciones claras para los productos no maderables del bosque, que estén acordes con el uso sostenible de los mismos.				
<b>COMPETENCIA ILEGAL</b>	8. Acompañar a las autoridades competentes en el control del tráfico ilegal de especies nativas y sus partes.	Disminución de la competencia ilegal de especies nativas (flora y fauna).	Nº de convenios, mesas de trabajo y planes de acción realizados.	Autoridad Ambiental, ICA y Policía Ambiental	Corto y continuo.
<b>CONOCIMIENTO TRADICIONAL</b>	9. Generar capacidades en las comunidades para las negociaciones de distribución justa y equitativa de beneficios por el acceso al recurso genético.	Valoración de los saberes tradicionales, con reglas de juego claras en cuanto a su compensación social y económica.	Nº de comunidades (actores) capacitadas, Nº de talleres y mesas de trabajo realizados.	Autoridades Ambientales y ONG.	Corto y continuo.

Fuente: CAEM, 2013

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

### 10.3. Plan de acción: Ciencia, tecnología e innovación

Tabla 20. Línea Estratégica de Intervención N° 3: Ciencia, tecnología e innovación

<b>Objetivos:</b> Promover y fomentar la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en cada uno de los sectores de “Negocios Verdes”, con el fin de lograr los siguientes objetivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la competitividad de los productos de Negocios Verdes.</li> <li>• Generarle valor agregado a los productos de Negocios Verdes.</li> <li>• Permitir la diferenciación en el mercado.</li> <li>• Facilitar la apropiación y adaptación local del conocimiento (investigación, tecnología, innovación).</li> </ul>					
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto -4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
<b>ARTICULACIÓN CON NECESIDADES DE MERCADO</b>	1. Crear mesas de trabajo donde participen la academia, Colciencias, los institutos de investigación, MINCIT y el sector privado representado en cada una de los sectores de Negocios Verdes.	Investigaciones desarrolladas articuladas a la visión del Negocio Verde.	Nº de mesas de trabajo realizadas.	Entes académicos regionales (mesa rectoral presidida por Unillanos), Autoridades Ambientales Regionales.	Corto.
	2. Identificar y recopilar la investigación regional existente sobre el tema en las universidades, Institutos y centros de investigación y Colciencias.	Conocimiento del sector privado de las investigaciones desarrolladas y en proceso por parte de los centros de investigación, Colciencias y academia, entre otros.	Documento con la investigación recopilada.	MADS, entes académicos regionales, institutos de investigación y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto y continuo.
<b>IDENTIFICACIÓN DE INVESTIGACIONES Y TECNOLOGÍA EXISTENTE</b>	3. Socializar con el sector privado las investigaciones identificadas por medio de su publicación en las páginas web de las entidades aliadas.		Publicación del documento con la investigación recopilada en la página web.		
	4. Gestionar la creación de líneas de investigación básica y aplicada para el desarrollo de productos verdes regionales.	Valor agregado y competitividad generada a los productos y empresas de Negocios Verdes.	Nº de líneas de investigación básica y aplicada gestionadas.	MADS, MADR, entes académicos, institutos de investigación y Autoridades Ambientales Regionales.	Mediano.
<b>LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</b>	5. Desarrollo de agendas tecnológicas por sectores de Negocios Verdes.		Nº de agendas tecnológicas por sectores de Negocios Verdes creadas.		Mediano y largo.

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

	6. Generar la línea base de especies regional con potencial para los Negocios Verdes.		Documento de línea base de especies regional desarrollado.		Corto.
<b>Actividades</b>		<b>Resultados esperados</b>	<b>Indicador</b>	<b>Actor(es) responsable(s) de la actividad</b>	<b>Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)</b>
<b>TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO</b>	7. Adaptar y transferir las tecnologías a las condiciones locales de la región por medio de capacitaciones y talleres regionales.	Tecnologías adaptadas a las condiciones regionales y apropiadas por las comunidades locales.	Nº de tecnologías transferidas y adaptadas a la región.	Corpoica, ONG especializadas, Colciencias.	Corto y continuo.
<b>CONOCIMIENTO TRADICIONAL</b>	8. Apoyar el desarrollo de la reglamentación sobre compensación, protección del conocimiento y derechos de las comunidades minoritarias sobre los productos derivados de los conocimientos ancestrales.	Saberes tradicionales con reglas de juego claras en cuanto a su compensación social y económica.	Gestión en el desarrollo de la Reglamentación.	MADS, Ministerio del Interior, Ministerio de Cultura y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto.
	9. Articular el conocimiento ancestral al tema de Negocios Verdes y viceversa, de manera que las comunidades aporten y aprovechen estas nuevas tendencias.		Nº de mesas de trabajo realizadas.	Ministerio de Cultura, ONG especializadas.	Corto.

Fuente: CAEM, 2013

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

#### 10.4. Plan de acción: Recursos/incentivos económicos y financieros

Tabla 191. Línea Estratégica de Intervención N° 4: Recursos/incentivos económicos y financieros

<b>Objetivos:</b> Desarrollar y articular instrumentos económicos y financieros específicos a los sectores pertenecientes a los Negocios Verdes, con el fin de promover e impulsar la oferta y demanda del mercado verde.					
<b>Actividades</b>		<b>Resultados esperados</b>	<b>Indicador</b>	<b>Actor(es) responsable(s) de la actividad</b>	<b>Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)</b>
<b>ACCESO A RECURSOS FINANCIEROS</b>	1. <u>Divulgación de fuentes de financiación existentes</u> Identificar y divulgar las fuentes de financiación nacionales y regionales existentes para los Negocios Verdes en los bancos de primer y segundo piso, fundaciones, entidades públicas, entidades privadas nacionales e internacionales, cooperación internacional, Fondos Capital de Riesgo, entre otros.	Conocimiento de las oportunidades de financiación disponibles por parte de los actores de Negocios Verdes.	Documento con las fuentes de financiación identificadas.  Nº de actividades de divulgación realizadas.	MADS, Viceministerio de Comercio Exterior y Autoridades Ambientales.	Corto.
	2. <u>Líneas de financiación</u> Dar a conocer y sensibilizar al sector financiero sobre la importancia de los Negocios Verdes, sus rentabilidades, indicadores financieros, riesgo, mercado e inversiones potenciales.		Nº de eventos y mesas de trabajo de sensibilización realizadas.	MADS y Cámara de Comercio.	Corto y continuo.
	3. Gestionar la creación de convocatorias regionales de fondos para iniciativas de Negocios Verdes.	Creación de líneas de financiación de fomento específicas para Negocios Verdes.	Nº de convocatorias regionales realizadas.	SENA y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto.
	4. Identificar líneas de crédito especiales para Negocios Verdes (líneas de crédito y cofinanciación ya existentes) y gestionar el diseño de líneas de crédito diferenciales en cuanto a tasas preferenciales y periodos de gracia para las empresas de Negocios Verdes.		Nº de líneas de crédito diferenciales gestionadas.	MADS y Asobancaria.	Corto.
	5. Gestionar la inclusión de los Negocios Verdes en los fondos de garantías de los bancos de fomento.		Gestiones realizadas.		

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

<b>COOPERACIÓN</b>	6. Gestionar recursos de cooperación internacional para impulsar proyectos identificados por la Mesa de Negocios Verdes de la Comisión Regional de Competitividad y/o Ventanilla Regional de Negocios Verdes.	Articulación y consecución de recursos financieros y técnicos con los cooperantes internacionales de la región.	Recursos gestionados.	Ventanilla de Negocios Verdes (Autoridad Ambiental y Cámara de Comercio).	Corto.
	7. Socializar el PRNV como hoja de ruta de planificación y ejecución con los cooperantes de la región.		Nº de eventos de socialización realizados.	Ventanilla de Negocios Verdes (Autoridad Ambiental y Cámara de Comercio) y Gobernación.	Corto.
<b>INCENTIVOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS</b>	8. Diseñar e implementar instrumentos e incentivos económicos (tributarios y otros) y financieros para apalancar actividades de desarrollo, apoyo a la certificación, investigación científica y tecnológica, mejoramiento de la competitividad de los empresarios, producción y consumo de Negocios Verdes.	Fomento a los productores y consumidores para impulsar y desarrollar Negocios Verdes.	Nº de instrumentos e incentivos diseñados.	MADS, entes territoriales, Autoridades Ambientales y Cámara de Comercio.	Corto y continuo.
<b>SOSTENIBILIDAD PRNV</b>	<u>Sostenibilidad PRNV</u> 9. Incluir el programa de Negocios Verdes dentro de los planes de acción de las entidades de la Comisión Regional de Competitividad (o quien haga sus veces) <u>10. Diseñar una estrategia financiera para la implementación del PRNV.</u>	Sostenibilidad financiera del PRNV.	Nº de entidades que han incluido el PRNV en sus planes de acción.  Estrategia Financiera diseñada e implementada.	Ventanilla de Negocios Verdes (Autoridad Ambiental y Cámara de Comercio).  MADS y las CAR.	Corto.

Fuente: CAEM, 2013



### 10.5. Plan de acción: Acceso a mercados

Tabla 202. Línea Estratégica de Intervención N° 5: Acceso a mercados

Objetivos: Posicionar y consolidar los productos y servicios de Negocios Verdes en el mercado local, regional, nacional e internacional por medio del diseño e implementación de estrategias de comercialización y la articulación con los actores que dinamicen la oferta y demanda del mercado verde.					
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EXISTENTES	1. Identificar las estrategias de comercialización de productos de Negocios Verdes que actualmente existen en los diferentes departamentos de la región. <ul style="list-style-type: none"> <li>Crear e implementar actividades para articularse a las estrategias de comercialización identificadas.</li> </ul>	Estrategias de comercialización en las regionales identificadas y articuladas.	Documento con las estrategias identificadas.  Nº de actividades implementadas para articularse con las estrategias de comercialización identificadas.	Ventanilla Negocios Verdes y Autoridad Ambiental Regional.	Corto y mediano.
	<u>Circuitos de Comercialización</u> 2. Crear espacios regionales de comercialización donde los productores locales experimenten sus primeros acercamientos con el mercado (jardines botánicos, plazas de mercado, cámaras de comercio, gobernaciones, hoteles, centros comerciales, etc.).	Incremento en la participación de productos	Nº de espacios de comercialización creados.	Cámara de Comercio y Gobernación.	Corto.
	<u>Convenios con Grandes Superficies</u> 3. Crear convenios de comercialización regionales con cadenas de grandes superficies que incluyan góndolas especializadas, codificaciones gratuitas, pago a corto plazo y más de un sector de Negocios Verdes.	regionales de Negocios Verdes en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.	Nº de convenios con grandes superficies creados.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales (Alcaldía, Gobernación) y Cámara de Comercio.	Corto.
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN REGIONAL/NACIONAL					
<u>Institucional</u> 4. Gestionar alianzas y convenios regionales con los siguientes gremios: hoteles, clubes, restaurantes e industrias entre otros para dinamizar la oferta y demanda regional de Negocios Verdes.			Nº de alianzas y convenios creados.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales (Alcaldía, Gobernación) y Cámara de Comercio.	Corto.

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

	<u>Ferias</u> 5. Participar en BIOEXPO Colombia con el mayor número posible de productores regionales de Negocios Verdes que cumplan con todos los requisitos legales exigidos.		Nº de productores participantes cumpliendo todos los requisitos legales exigidos.	Ventanilla Negocios Verdes.	Corto.
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN REGIONAL/NACIONAL	6. Gestionar y organizar ferias regionales de Negocios Verdes.	Incremento en la participación de productos regionales de Negocios Verdes en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.	Nº de ferias regionales realizadas.	Ventanilla Negocios Verdes y entes territoriales.	Corto.
	<u>Compras Estatales</u> 7. Evaluar y crear estrategias para aprovechar las oportunidades existentes en las compras estatales para los productos verdes de la región.  8. Gestionar la inclusión de productos verdes regionales en las compras estatales.		Documento de estrategias regionales diseñadas.  Nº de productos verdes regionales gestionados.	MADS, Ventanilla Negocios Verdes y entes territoriales.	Corto.
	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL		9. Identificar y priorizar productos verdes regionales con calidad de exportación que aprovechen las oportunidades brindadas por los TLC. 10. Fortalecer la oferta exportadora de los productos verdes priorizados.	Nº de productos verdes regionales priorizados.  Nº de productos verdes exportados.	MADS, Viceministerio de Comercio Exterior, Proexport y Cámara de Comercio.
INVESTIGACIONES DE MERCADO			11. Realizar investigaciones de mercado de los productos regionales priorizados en: nichos de mercado, tendencias de consumo, competencia, barreras, logística y requisitos de ingreso (calidad, cantidad, medidas fito y zoosanitarias, certificados de inocuidad, trazabilidad, etiquetado y rotulado, entre otros).	Nº de investigaciones de mercado realizadas de los productos verdes regionales priorizados.	Ventanilla Negocios Verdes y entes territoriales.

Fuente: CAEM, 2013

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

**10.6. Plan de acción: Coordinación y articulación institucional/sectorial**

Tabla 213. Línea Estratégica de Intervención N° 6: Coordinación y articulación institucional/sectorial

<b>Objetivos:</b> Coordinar y articular a las instituciones públicas y privadas, y a los sectores productivos relacionados con Negocios Verdes, a nivel regional y a nivel regional-nacional, con el fin de promocionar y consolidar estos negocios como un nuevo renglón en la economía regional.					
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
<b>VENTANILLA DE NEGOCIOS VERDES</b>	1. Crear e implementar la metodología de Ventanilla Regional de Negocios Verdes (involucrar personal ambiental y empresarial).	Metodología de Ventanilla Regional de Negocios Verdes creada e implementada en las CAR.	Guía de implementación metodología Ventanilla Regional de Negocios Verdes.  Nº de Ventanillas de Negocios Verdes implementadas.	MADS.	Corto.
<b>ARTICULAR LOS NEGOCIOS VERDES CON LAS COMISIONES REGIONALES DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN (o quien haga sus veces)</b>	2. Gestionar una mesa técnica de Negocios Verdes al interior de las Comisiones Regionales de Competitividad (CRC).	Los Negocios Verdes articulados y coordinados desde la mesa técnica creada al interior de las CRC.	Mesa técnica creada al interior de las CRC.	Convenio Ventanilla Negocios Verdes, si está implementado; en caso de que no, sería la Autoridad Ambiental.	Corto.
	2.1. Definir su reglamento, estructura operativa, responsabilidades, plan de acción, roles y funciones de las entidades participantes.		Documento que contenga el reglamento, estructura operativa, roles, plan de acción y compromisos de los actores de la mesa técnica entre otros.		
	2.2. Generar compromisos entre los diferentes actores para implementar el PRNV.				
<b>COORDINACIÓN Y ARTICULACIÓN SECTORIAL/ INSTITUCIONAL DE NEGOCIOS VERDES</b>	3. Incluir los Negocios Verdes en las “Agendas Interministeriales” con el Ministerio de Minas, MADR, MINCIT y Colciencias, entre otros, con el fin de impulsar: Agricultura ecológica. Energías no convencionales. Ecoturismo. Alianzas productivas en Negocios Verdes.	Los Negocios Verdes articulados con los ministerios públicos y gestionados de forma coordinada para posicionarlos y consolidarlos	Nº de agendas interministeriales que incluyen los Negocios Verdes.	MADS.	Corto.

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

	Líneas de investigación básica y aplicada en Negocios Verdes (Investigaciones, tecnologías, innovaciones y generación de valor agregado). Otros.	a nivel regional, nacional e internacional.			
	3.1. Realizar Plan de Acción con indicadores de seguimiento.		Plan de acción con indicadores de seguimiento.		
<b>COORDINACIÓN Y ARTICULACIÓN SECTORIAL/ INSTITUCIONAL DE NEGOCIOS VERDES</b>	4. Incluir los Negocios Verdes en las “Agendas Sectoriales” con las diferentes entidades, regionales y nacionales, relacionadas con los sectores priorizados de estos negocios a nivel regional.	Los Negocios Verdes articulados en las agendas sectoriales, con las políticas públicas y gestionados de forma coordinada entre las diferentes entidades relacionadas con los sectores priorizados para posicionarlos y consolidarlos a nivel regional, nacional e internacional.	Nº de agendas sectoriales que incluyan los Negocios Verdes.	Convenio Ventanilla Negocios Verdes, si está implementado; en caso de que no, sería la autoridad ambiental.	Corto.
	4.1. Realizar Plan de Acción por sector con indicadores de seguimiento, involucrando sector público, sector privado y sociedad civil.		Plan de acción con indicadores de seguimiento.		
	5. Articular el PRNV con otras políticas públicas regionales/nacionales y sectores productivos relacionados con el tema de Negocios Verdes		Nº de políticas públicas regionales articuladas con Negocios Verdes.	MADS y Ventanilla Negocios Verdes.	Corto.
<b>PROMOTORA DE NEGOCIOS VERDES</b>	6. Generar una propuesta o diseño de la estructura de la Promotora de Negocios Verdes como entidad que impulse empresarial y comercialmente los Negocios Verdes. 6.1 Evaluar su viabilidad y pertinencia. 6.2 Diseñar sus aspectos operativos, financieros, funcionales, estrategias de consecución de recursos y forma de auto-sostenimiento. 6.3 Socializar resultados a nivel regional.	Promotora de Negocios Verdes, impulsando empresarial y comercialmente estos Negocios.	Documento propuesta Promotora de Negocios Verdes.	MADS, MINCIT, Autoridades Ambientales, entidades bancarias, Cámara de Comercio	Corto.
<b>NEGOCIOS INCLUSIVOS</b>	7. Diseñar estrategias para que las grandes empresas se involucren en los Negocios Verdes Regionales.	Grandes empresas posicionadas en el mercado jalonando a pequeños proveedores regionales de Negocios Verdes.	Documento de estrategias diseñadas	Cámara de Comercio, Ventanilla Negocios Verdes.	Corto.
	8. Generar Negocios Inclusivos regionales entre las grandes empresas y las empresas/proveedores locales en las iniciativas de Negocios Verdes.		Nº de negocios inclusivos regionales generados.		Corto.

Fuente: CAEM, 2013

### 10.7. Plan de acción: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación

Tabla 224. Línea Estratégica de Intervención N° 7: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación

<b>Objetivos:</b> Desarrollar un Sistema de Información Regional/Nacional de Negocios Verdes, que cumpla las siguientes funciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Difundir y promover sus productos y servicios.</li> <li>• Servir de conector entre la oferta y la demanda (regional/nacional/internacional).</li> <li>• Describir las tendencias e investigaciones de mercado (regional/nacional/internacional).</li> <li>• Describir los requisitos de ingreso a los mercados.</li> <li>• Difundir los procesos de desarrollo tecnológicos.</li> <li>• Difundir las consultorías/diagnósticos/investigaciones realizadas a la fecha.</li> <li>• Divulgar y promover políticas, normatividad, instrumentos, convocatorias y líneas de financiación de Negocios Verdes.</li> <li>• Brindar reconocimiento a sus empresas, entre otros.</li> </ul>					
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
<b>SISTEMA DE INFORMACIÓN REGIONAL/NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES</b>	1. Desarrollar un Sistema de Información Regional/Nacional de Negocios Verdes.	Sistema de información desarrollado y consolidado como herramienta de difusión, promoción, investigación y comercialización, entre otros, articulado con los sistemas regionales y nacionales existentes.	Sistema de información desarrollado con los elementos propuestos en las actividades.	MADS, Cámara de Comercio y Autoridades Ambientales .	Corto.
	1.1- Gestionar la articulación a este sistema de los sistemas actuales y la información que tienen el OBIO, BORSI, SIAC (IDEAM), Cámaras de Comercio, MADR, institutos de investigación, universidades, Proexport, MINCIT, Ministerio de Minas, Agencia Presidencial de Cooperación, SENA, gobernaciones, municipios, entre otros.				
	1.2- Consolidar toda la información (documentos, investigaciones, bases de datos, entre otros) referente a la demanda y la oferta de bienes y servicios de Negocios Verdes a nivel regional, nacional e internacional.				
	1.3- Diseñar una metodología de actualización y alimentación de la información del Sistema.				
	1.4- Realizar reportes periódicos de Negocios Verdes a los actores públicos, privados y sociedad civil a nivel regional y nacional.				
	1.5- Realizar periódicamente boletines regionales de Negocios Verdes.				

**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

	1.6- Desarrollar el Plan de Acción del Sistema de información de Negocios Verdes.				
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
<b>INDICADORES/IMPACTOS GENERADOS</b>	2. Diseñar Indicadores ambientales, sociales, económicos, de gestión, encaminados a evaluar el impacto generado de los Negocios Verdes en los recursos naturales y en la economía.	Conocimiento del impacto generado por los Negocios Verdes en los recursos naturales y en la economía.	Indicadores ambientales, sociales y económicos diseñados. Presentación periódica de los indicadores diligenciados.	MADS, Autoridades Ambientales, DANE.	Corto.
	3. Generar estadísticas que permitan evaluar su evolución, los sectores con mayor dinamismo, sus tendencias, su posicionamiento, sus áreas de concentración, su participación y aporte a la economía, sus fortalezas y debilidades.	Conocimiento de las estadísticas del mercado verde que permita la toma de decisiones para su posicionamiento y consolidación.	Estadísticas diseñadas y periódicamente presentadas.	MADS, Autoridades Ambientales, DANE.	Corto.
<b>PÁGINA WEB DE NEGOCIOS VERDES</b>	4. Diseñar una página web adscrita al portal del MADS y al portal de las CAR y articularla con las páginas web de los actores públicos y privados relacionados con Negocios Verdes.	Página web diseñada y articulada con los actores relacionados con Negocios Verdes.	Página web diseñada y articulada con los actores relacionados con Negocios Verdes.	MADS.	Corto.
<b>MONITOREO Y EVALUACIÓN</b>	5. Evaluar semestralmente los avances, logros y limitantes del PRNV.	Conocimiento de los avances, logros y limitantes del PRNV.	Documento de evaluación del PRNV.	MADS.	Corto y continuo.
<b>CRITERIOS DE DIFERENCIACIÓN ESPECÍFICOS DE NEGOCIOS VERDES</b>	6. Diseñar criterios de identificación y diferenciación específicos para cada uno de los sectores de Negocios Verdes.	Criterios diseñados y socializados al SINA, productores, academia, entre otros.	Documentos con los criterios diseñados.	MADS.	Corto y mediano.

Fuente: CAEM, 2013

### 10.8. Plan de acción: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta

Tabla 5. Línea Estratégica de Intervención N° 8: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta

<b>Objetivos :</b> Fortalecer las capacidades de gestión y formación técnica/profesional de los actores de la oferta con el fin de promover: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su desarrollo empresarial.</li> <li>• Desarrollo de una producción competitiva.</li> <li>• Investigación e innovación orientadas a los Negocios Verdes.</li> </ul>					
Actividades		Resultados esperados	Indicador	Actor(es) responsable(s) de la actividad	Tiempo de ejecución por actividad (Corto - 4 años, Mediano - 8 años, o Largo Plazo - 12 años)
<b>CADENAS DE VALOR</b>	1. Desarrollar, priorizar y consolidar cadenas de valor regionales de los productos actuales y promisorios identificados en los sectores de Negocios Verdes.	Estrategias implementadas de fortalecimiento de cadenas de valor, mínimo dos por sector de Negocios Verdes. Cadenas de valor para productos de la biodiversidad, tipificadas y dinamizadas.	Nº de cadenas de valor desarrolladas.	MADS, Gobernación. MADR,	Corto.
	2. Desarrollo de productos y servicios regionales, mejoramiento de empaques con criterios ambientales y procesos productivos en los diferentes eslabones de las cadenas de valor regionales seleccionadas.				
<b>ALIANZAS</b>	3. Constituir alianzas o convenios regionales con universidades, SENA, Cámaras de Comercio, Corpoica y Proexport, entre otros, para el fortalecimiento de la oferta de la región.	Fortalecimiento de la oferta verde por medio de la constitución de alianzas y convenios regionales con entidades empresariales, comerciales y ambientales.	Nº de alianzas y convenios regionales constituidos.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales, Gobernación, gremios, Cámara de Comercio	Corto y continuo.
	4. Constituir alianzas o convenios regionales de acompañamiento técnico para lograr la conversión de los sistemas productivos y de los servicios identificados hacia una producción sostenible y sustentable.			Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales, Gobernación, gremios, Cámara de Comercio	Corto y continuo.
	5. Generar un Banco de Proyectos de Negocios Verdes regional y articularlos a las incubadoras de empresas regionales. 5.1. Diseñar la metodología para acceder a la información y actualizarla.		Banco de proyectos regionales generado.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales, SENA.	Corto.



**“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA**

<b>HERRAMIENTAS</b>	6. Desarrollar guías, metodologías y herramientas para fortalecer la oferta verde, como planes de negocios, planes exportadores, concursos de emprendimiento verde, ruedas de negocios, start up eventos, entre otros.	Fortalecimiento de la oferta verde por medio del desarrollo de guías, concursos y planes de negocios, entre otros.	Nº de guías, metodologías y herramientas desarrolladas para fortalecer la oferta verde. Nº de concursos de emprendimiento y ruedas de negocios desarrollados.	Ventanilla Negocios Verdes, MADS, Gobernación, Cámara de Comercio, SENA, instituciones académicas.	Corto.
<b>RED DE PRODUCTORES</b>	7. Constituir la “Red de productores y prestadores de servicios regionales de Negocios Verdes” con el fin de mejorar la competitividad de los productores (calidad y cantidad), incrementar su poder de negociación y aunar esfuerzos para promocionar sus productos. 7.1. Definir su reglamento, estructura operativa, responsabilidades, plan de acción, roles y funciones de los actores participantes.	Negocios Verdes competitivos con respecto a su calidad y cantidad.	“Red de productores y prestadores de servicios regionales de Negocios Verdes” constituida.	Ventanilla de Negocios Verdes, Cámara de Comercio, entes territoriales, productores, gremios.	Corto.
<b>PRIORIZACIÓN PRODUCTOS</b>	8. Priorizar bienes y servicios de Negocios Verdes regionales, a partir de las oportunidades de mercado regionales, nacionales e internacionales y de su viabilidad en cuanto a producción, valor agregado y tecnología existente para su desarrollo. 9. Formular e implementar proyectos productivos regionales de Negocios Verdes, con impacto regional, nacional e internacional.	Productos y servicios de Negocios Verdes regionales priorizados. Proyectos productivos de Negocios Verdes implementados.	Documento de productos y servicios verdes regionales priorizados. Nº de proyectos formulados e implementados.	Ventanilla de Negocios Verdes, productores, gremios.	Corto.

Fuente: CAEM, 2013



## GLOSARIO

**Aprovechamiento Sostenible del Bosque:** Es el uso de los recursos maderables y no maderables del bosque que se efectúa manteniendo su rendimiento normal, mediante la aplicación de técnicas silvícolas que permiten la renovación y persistencia del recurso. (Decreto 1791, 1996)

**Biodiversidad:** La Variabilidad de organismos vivos de los ecosistemas terrestres, marinos y otros, como los acuáticos, y los complejos ecológicos de los que forman parte; comprende la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y de los ecosistemas. (Convenio sobre la Diversidad Biológica, 1992)

**Biotecnología:** Es toda aplicación tecnológica que utilice sistemas biológicos u organismos vivos, partes de ellos o sus derivados, para la creación o modificación de productos o procesos para usos específicos (CONPES 3697, 2011)

**Buenas prácticas sostenibles:** Los medios ideales para ejecutar un proceso, que se puedan implementar en todas las áreas de gestión y operación de las empresas, y que permiten garantizar que la operación de los diferentes servicios y actividades se desarrolla con un alto grado de calidad pero produciendo el menor impacto posible. Esto mejora la imagen de la empresa frente al cliente, su relación con el entorno y, por ende, su desempeño socioeconómico. (Adaptado de Rainforest Alliance, 2005)

**Cadena de valor:** En el contexto de la Iniciativa BioTrade y el Programa de Facilitación de Biocomercio, el fortalecimiento de las cadenas de valor es utilizado como un mecanismo para facilitar la articulación entre actores de una cadena productiva; para la implementación de buenas prácticas relacionadas con el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad; y para la distribución equitativa de beneficios ambientales, sociales y económicos entre los participantes. (UNCTAD, 2007)

**Conocimiento ancestral o tradicional:** Conjunto acumulativo de conocimientos, prácticas y creencias que han evolucionado por procesos adaptativos en grupos humanos y han sido transmitidos a través de diferentes generaciones. El conocimiento tradicional no es exclusivo de comunidades indígenas o locales y se distingue por la forma en que se adquiere y es utilizado a través de procesos sociales de aprendizaje e intercambio de conocimientos. (Millenium Ecosystem Assessment, 2005)

**Ecoetiquetado:** Es un mecanismo que permite diferenciar, mediante el uso de un distintivo (sello o etiqueta), aquellos productos que se caracterizan por ser menos contaminantes o haber sido fabricados haciendo un uso sostenible de los recursos naturales, de productos de similares características, pero que no contemplan criterios ambientales. (Ministerio del Medio Ambiente, 2002)

**Ecosistema:** Complejo dinámico de comunidades de plantas, animales y microorganismos y el ambiente abiótico con el que interactúan y forman una unidad funcional. Comunidad o tipo de

vegetación, entendiendo comunidad como un ensamblaje de poblaciones de especies que ocurren juntas en espacio y tiempo. (Convenio sobre la Diversidad Biológica, 1992)

**Empresa de Biocomercio:** Son aquellas personas naturales, personas jurídicas, asociaciones, organizaciones comunitarias o grupos de trabajo, entre otros, interesados en producir y/o comercializar productos derivados de la biodiversidad, amigables con ella, bajo criterios de buen manejo ambiental y social (Becerra y Ramos, 2002)

**Enfoque ecosistémico:** Se define como una estrategia para la gestión integrada de tierras, extensiones de aguas y recursos vivos por la que se promueve la conservación y el uso sostenible. A través de este enfoque se reconoce como componente integral de los ecosistemas a los seres humanos, con su diversidad cultural (MAVDT, 2010)

**Flora silvestre:** Es el conjunto de especies e individuos vegetales del territorio nacional que no se han plantado o mejorado por el hombre. (Decreto 1791, 1996)

**Impacto ambiental:** Cualquier alteración en el sistema ambiental biótico, abiótico y socioeconómico, que sea adversa o beneficiosa, total o parcial, que pueda ser atribuida al desarrollo de un proyecto, obra o actividad. (Decreto 2820, 2010)

**Influencia directa:** El área de influencia directa de un proyecto es aquella donde se manifiestan los impactos generados por las actividades de construcción y operación; está relacionada con el sitio del proyecto y su infraestructura asociada. Esta área puede variar según el tipo de impacto y el elemento del ambiente que se esté afectando; por tal razón, se deberán delimitar las áreas de influencia de tipo abiótico, biótico y socioeconómico. (MAVDT, 2006)

**Influencia indirecta:** Área donde los impactos trascienden el espacio físico del proyecto y su infraestructura asociada, es decir, la zona externa al área de influencia directa y se extiende hasta donde se manifiestan tales impactos. (MAVDT, 2006)

**Innovación:** Introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores (OCDE, 2005).

**Mercadeo Verde:** Es la inserción de conceptos ambientales en las actividades tradicionales de mercadeo. Aplicar políticas verdes, sin embargo, supone un mejoramiento continuo de las actividades organizacionales. (Ministerio del Medio Ambiente, 2002)

**Mercados Verdes:** Son los mercados (oferta y demanda) donde se transan bienes y servicios de Negocios Verdes y Sostenibles. (ONVS, 2014)

**Negocio:** Actividades económicas agregadas (comprar, vender, rentar, invertir) de una organización o de sectores comerciales y manufactureros de una economía. (Traducción del Business Dictionary)

**Plan de manejo ambiental:** Es el conjunto detallado de actividades que, producto de una evaluación ambiental, están orientadas a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos

ambientales que se causen por el desarrollo de un proyecto, obra o actividad. Incluye los planes de seguimiento, monitoreo, contingencia y abandono, según la naturaleza del proyecto, obra o actividad. (Decreto 2820, 2010)

**Plan de negocios:** Instrumento de planeación que, en forma ordenada y detallada, abarca los aspectos operacionales y financieros de un proyecto o una empresa; además, permite determinar previamente un horizonte, el estado actual y los factores que hacen falta para llegar a la meta trazada. (Ministerio del Medio Ambiente, 2002)

**Producción Más Limpia:** Es una aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva e integrada, en los procesos productivos, los productos y los servicios, para reducir los riesgos relevantes a los humanos y al medio ambiente. (United Nations Environment Programme, 1999)

**Recurso biológico:** Individuos, organismos o partes de éstos, poblaciones o cualquier componente biótico de valor o utilidad real o potencial, que contiene el recurso genético o sus productos derivados (Decisión Andina 391). Incluye los recursos genéticos, organismos o partes de ellos, poblaciones o cualquier componente biótico de los ecosistemas con uso o valor conocido o potencial para la humanidad. (Programa Nacional de Biocomercio Sostenible 2011-2021)

**Residuo aprovechable:** Es cualquier material, objeto, sustancia o elemento que no tiene valor de uso para quien lo genere, pero que es susceptible de aprovechamiento para su reincorporación a un proceso productivo. (Adaptado del Decreto 2981, 2013)

**Reusable:** Característica de un producto que le permite cumplir varias veces con la función para la cual fue diseñado. (PPyCS, 2010)

**Servicio:** Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, esencialmente intangible, y que no genera propiedad sobre algo. (PPyCS, 2010)

**Servicios ambientales:** Son las contribuciones directas e indirectas al bienestar humano que proporcionan los ecosistemas y la biodiversidad que éstos albergan. El término considera tres tipos esenciales de servicios –abastecimiento, regulación y culturales– e incluye otros términos como servicios ecosistémicos o bienes y servicios; aun así, es preferible la expresión “servicios de los ecosistemas” por ser más completa y utilizada. (Millennium Ecosystem Assessment, 2005)

**Uso sostenible:** Se define como la utilización de componentes de la diversidad biológica de un modo y a un ritmo que no ocasione su disminución a largo plazo, con lo cual se mantienen las posibilidades de ésta de satisfacer las necesidades y las aspiraciones de las generaciones actuales y futuras. (Artículo 2, Convenio sobre la Diversidad Biológica, 1992)

## BIBLIOGRAFÍA

**Agencia andaluza de Promoción Exterior & Junta de Andalucía, Consejería de Economía, Innovación y Ciencia.** El sector de las energías renovables en México. México D.F., 2011.

**Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones (ANDESCO).** Recopilación, evaluación y análisis de los instrumentos económicos y tributarios existentes en materia ambiental en Colombia. Bogotá, 2009.

**Laboratorio Nacional de Energía Renovable.** Atlas de recursos eólicos de Oaxaca. D. Elliot, M. Shcwarz, G. Scott., S. Haymes, D. Heimiller y R. George. México, 2004.

**BID.** Los negocios verdes en Colombia: Lineamientos para el desarrollo de una estrategia de fomento a los negocios verdes. Claudia Martínez Zuleta. Bogotá, 2013.

**BID.** Negocios verdes en Colombia: Una visión renovada. Claudia Martínez Zuleta. Bogotá, 2013.

**Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.** Documento de discusión: La agricultura orgánica: los beneficios de un sistema de producción sostenible. Perú, 2012.

**CONUEE-GIZ.** Nichos de mercado para sistemas fotovoltaicos en conexión a la red eléctrica en México. México, 2009.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Evaluación del grado de desarrollo de dos sectores priorizados, a partir de dos proyectos empresariales, uno para cada sector, con enfoque de cadena de valor donde también participen empresas de base comunitaria. Bogotá, 2012.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Evaluación y propuesta de ajustes al Programa Nacional de Biocomercio Sostenible de acuerdo al contexto nacional e internacional. Bogotá, 2012.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Identificación y desarrollo de las condiciones institucionales, sociales, culturales, ambientales y económicas, de orden nacional y regional, que impulsen los negocios basados en el uso sostenible de la biodiversidad. Bogotá, 2012.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Informe de las 15 visitas técnicas a ciudades estratégicas del proyecto ubicadas en las 5 regiones. Bogotá, 2012.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Lineamientos estratégicos y operativos para la puesta en marcha de la estructura de coordinación interinstitucional público–privada, para la formulación e implementación de los Programas Regionales de Biocomercio. Bogotá, 2012.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Memorias 5 talleres regionales PNBS. 2012.

**Corporación Biocomercio Sostenible.** Necesidades de investigación identificadas para el fortalecimiento del biocomercio y propuesta de plan de trabajo para su gestión y articulación con Colciencias y los Institutos de Investigación ambiental. Bogotá, 2012.

**DANE.** Boletín Censo general 2005, perfil departamental. Bogotá, 2010.

**DANE.** Cuentas Nacionales Departamentales, Censo Nacional, base 2005. Bogotá, 2010.

**DANE.** Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). Bogotá, 2011.

**DANE.** Encuesta Calidad de Vida 2012, resultados por regiones. Bogotá, 2013.

**DNP.** Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad. Bogotá, 2007.

**DNP.** La población desplazada en Colombia: Examen de sus condiciones socioeconómicas y análisis de las políticas actuales. Misión para el diseño de una estrategia para la reducción de la pobreza y la desigualdad (MERPD). Bogotá, 2007

**ECOVERSA.** Recopilación, evaluación y análisis de los instrumentos económicos y tributarios existentes en materia ambiental. Bogotá, 2009.

**Fondo de Biocomercio.** Biodiversidad finanzas y desarrollo. Bogotá, 2012.

**IHOBE.** Manual práctico de ecodiseño: Operativa de implantación en 7 pasos. España, 2000.

**IHOBE.** Mercados y empleos verdes 2020: El papel de la Industria vasca hacia una economía sostenible. España, 2011.

**Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt.** Informe sobre el estado de la biodiversidad en Colombia 2006-2007. M. Delgado, E. Cabrera y N. Ortiz. Bogotá, 2008.

**Merchán, J. A.** Revisión del Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes e insumos para la política de producción y consumo sostenible. Bogotá, 2008.

**MADS, Corporación Biocomercio Sostenible y Fondo Nacional Ambiental.** Informe final Identificación de desarrollos empresariales de biocomercio en Colombia. Bogotá, 2012.

**MADS.** Guía metodológica para el diseño e implementación del incentivo económico de pago por servicios ambientales – PSA. Bogotá, 2012.

**MAVDT e ICONTEC.** Selección y normalización de categorías de producto para el Sello Ambiental Colombiano. Bogotá, 2006.

**MAVDT.** Política nacional de producción y consumo sostenible. Bogotá, 2010.

**Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.** Plan estratégico nacional exportador 2003-2013 (Penx). Perú, 2003.

**Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.** Plan operativo exportador del sector agropecuario agroindustrial. Perú, 2004.

**Ministerio del Medio Ambiente** Lineamientos implementación ventanillas de mercados verdes (Análisis Económico). Bogotá, 2002.

**Ministerio del Medio Ambiente.** Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes. Bogotá, 2002.

**Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006.** Programa sectorial de energía: Un país con energía es un país con futuro. México D.F.

**Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012.** Programa sectorial de energía. México D.F.

**PROEXPORT - Dirección de Información Comercial Bogotá.** Análisis de exportaciones Colombianas enero-junio 2013. Bogotá, 2013.

**PROEXPORT.** Informe turismo extranjero en Colombia: Cifras de enero-abril de 2013. Bogotá, 2013.

**PROMPERÚ.** Informe potencia exportadora de productos orgánicos. Perú, 2010.

**Secretaría de Energía – SENER & GIZ.** Programa de fomento de sistemas fotovoltaicos en México (ProSolar). México D.F., 2012.

**Secretaría de Energía – SENER & GTZ.** Energías renovables para el desarrollo sustentable en México. México D.F., 2006.

**Secretaría de Energía – SENER.** Estrategia nacional de energía 2013-2027. México D.F., 2013.

**Secretaría de Energía – SENER.** Instituto de Investigaciones Eléctricas: Atlas de recursos renovables eólicos y solares. México D.F., 2010.

**Secretaría de Energía – SENER.** Estrategia nacional para la transición energética y el aprovechamiento sustentable de la energía. México D.F., 2011.

**Secretaría Distrital de Planeación y Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial.** Manual de alianzas público-privadas para el Distrito Capital, en el marco de la responsabilidad social. Bogotá, 2009.

**Corporación para el desarrollo Sostenible del área de manejo especial de la Macarena (CORMACARENA).** Plan de Acción Institucional 2012-2015 “Hacia una nueva cultura ambiental en el Meta”. Villavicencio, noviembre de 2012.

**Corporación Autónoma Regional de la Orinoquía (CORPORINOQUÍA).** Plan de Acción 2012-2015 “Por una región viva”. Yopal.

**Gobernación de Vichada.** Plan de Desarrollo Departamental de Vichada “Gobierno de todos” 2012-2015”. Puerto Carreño, 2012.

**Gobernación del Meta.** Plan de Desarrollo Departamento del Meta 2012-2015 “Juntos construyendo sueños y realidades”. Villavicencio, mayo de 2012.

**Gobernación del Casanare.** Plan de Desarrollo Departamental de Casanare 2012-2015 "La que gana es la gente". Yopal, mayo de 2012.

**Gobernación de Arauca.** Plan Departamental de Desarrollo de Arauca 2012-2015, “Es hora de resultados”. Arauca, 2012.

**Comisión Regional De Competitividad de Vichada.** Plan Regional de Competitividad del Vichada. Puerto Carreño, 2009

**Comisión regional de competitividad del Meta.** Plan Regional de Competitividad del Meta. Villavicencio, diciembre de 2008.

**Comisión Regional De Competitividad Casanare.** Plan Regional de Competitividad del Casanare. Yopal, enero de 2010.

**Comisión regional de Competitividad.** Matriz Plan Regional de Competitividad del Meta. Villavicencio, 2008.

**Comisión regional de Competitividad.** Matriz Plan Regional de Competitividad de Arauca. Arauca, 2008.

**DNP.** Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, documento regional de la Amazonioquía. Bogotá, junio de 2007.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124)  
Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.dane.gov.co/censo/files/libroCenso2005nacional.pdf>  
Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.dane.gov.co/censo/files/libroCenso2005nacional.pdf>  
Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.dane.gov.co/censo/files/libroCenso2005nacional.pdf>  
Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/7Proyecciones\\_poblacion.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf)  
Fecha de acceso: junio de 2013.



“PROGRAMA REGIONAL  
DE NEGOCIOS VERDES”  
REGIÓN ORINOQUÍA

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/7Proyecciones\\_poblacion.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124)

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://snies.mineducacion.gov.co/consultasnies/institucion/buscar.jsp?control=0.9916536629716866>

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=513&Itemid=67](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=513&Itemid=67)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/revista\\_ib/html\\_r8/articulo3.html](http://www.dane.gov.co/revista_ib/html_r8/articulo3.html)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=231&Itemid=66](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=231&Itemid=66)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=99&Itemid=74](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2314&Itemid=66](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=2314&Itemid=66)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=129&Itemid=86](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=86)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=129&Itemid=86](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=86)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=99&Itemid=74](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=99&Itemid=74](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=129&Itemid=86](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=86)

Fecha de acceso: junio de 2013.

<https://www.mintransporte.gov.co/documentos.php?id=15>



Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://web.mintransporte.gov.co/pvr/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=79](http://web.mintransporte.gov.co/pvr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=79)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/ena/doc\\_anexos\\_ena\\_2011.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/ena/doc_anexos_ena_2011.pdf)

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.01>

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Parques\\_nacionales\\_naturales\\_de\\_Colombia](http://es.wikipedia.org/wiki/Parques_nacionales_naturales_de_Colombia)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/ena/doc\\_anexos\\_ena\\_2011.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/ena/doc_anexos_ena_2011.pdf)

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.humboldt.org.co/download/INSEB\\_2006-2007.pdf](http://www.humboldt.org.co/download/INSEB_2006-2007.pdf)

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/archivosEventos/9988.pdf>

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://www.ipse.gov.co/ipseactual2013/index.php?option=com\\_content&view=article&id=325&Itemid=86&lang=es](http://www.ipse.gov.co/ipseactual2013/index.php?option=com_content&view=article&id=325&Itemid=86&lang=es)

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.comisionesregionales.gov.co/index.php>

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.comisionesregionales.gov.co/publicaciones.php?id=285>

Fecha de acceso: junio de 2013.

[http://codechoco.gov.co/files/Planes\\_programas\\_proyectos/PGAR\\_2012-2021.pdf](http://codechoco.gov.co/files/Planes_programas_proyectos/PGAR_2012-2021.pdf)

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.cali.gov.co/dagma/publicaciones.php?id=45589>

Fecha de acceso: junio de 2013.

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=480.47900>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1262&conID=7767>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1271&conID=7724>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1285&conID=7831>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.minambiente.gov.co//contenido/contenido.aspx?catID=1276&conID=7762>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01>.

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.humboldt.org.co/iavh/instituto>

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.invemar.org.co/pinterna.jsp?idcat=104&idsub1=173&idsub2=181>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://institucional.ideam.gov.co/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.mij.gov.co/econtent/library/documents/DocNewsNo1815DocumentNo4176.PDF>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.bancoldex.com/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.fondodepromocionturistica.com/nosotros.php>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.proexport.com.co/conozca-proexport/como-esta-organizado-proexport>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.invima.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=72%3Agenerales&catid=37%3Afunciones&Itemid=70](http://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=72%3Agenerales&catid=37%3Afunciones&Itemid=70)

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.minagricultura.gov.co/07presupuesto/07c\\_opo\\_equidad.aspx](http://www.minagricultura.gov.co/07presupuesto/07c_opo_equidad.aspx)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.finagro.com.co/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.minagricultura.gov.co/08cifras/08\\_Misi\\_Cadenas.aspx](http://www.minagricultura.gov.co/08cifras/08_Misi_Cadenas.aspx)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.ica.gov.co/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.viceinvestigacion.unal.edu.co/VRI/index.php>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www1.upme.gov.co/index.php/servicios-de-informacion/principales-indicadores.html>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/UserFiles/File/ENERGIA/URE/Informe\\_Final\\_Consultoria\\_Plan\\_de\\_accion\\_Proure.pdf](http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/UserFiles/File/ENERGIA/URE/Informe_Final_Consultoria_Plan_de_accion_Proure.pdf)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.organizacionessolidarias.gov.co/?q=la-entidad/dependencias>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://wsp.presidencia.gov.co/sneci/institucionalidad/Paginas/SNCel.aspx>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.apccolombia.gov.co/#&panel1-1&panel2-1>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://wsp.presidencia.gov.co/sneci/institucionalidad/Paginas/equipo-trabajo.aspx>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<https://www.dnp.gov.co/Qui%C3%A9nesSomos.aspx>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.colciencias.gov.co/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.accionsocial.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=3&conID=544&pagID=820>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.fondoemprender.com>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://mgiportal.sena.edu.co/Portal/Servicios+a+Empresarios/Mesas+sectoriales/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.humboldt.org.co/chmcolombia/servicios/jsp/rnjb/la\\_red.htm](http://www.humboldt.org.co/chmcolombia/servicios/jsp/rnjb/la_red.htm)

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.fondobiocomercio.com/index.php/servicios>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.cnpml.org/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.01.>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.megagroindustrial.org.co/contenido/categoria.aspx?catID=578>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://ciat.cgiar.org/es/nosotros/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://espanol.tnc.org/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.fondoaccion.org/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.tropenbos.org/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.gaiaamazonas.org/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://omacha.org/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://fedeorganicos.com/>

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.promexico.gob.mx/desarrollo-sustentable/energias-alternativas-en-mexico.html>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://responsabilidadintegral.org/formularios/memorias1/2008/01/01\\_Invertir\\_en\\_el\\_Medio\\_Ambiente\\_SI\\_PAGA.pdf](http://responsabilidadintegral.org/formularios/memorias1/2008/01/01_Invertir_en_el_Medio_Ambiente_SI_PAGA.pdf)

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.gsa.gov/portal/content/104462?utm\\_source=OGP&utm\\_medium=print-radio&utm\\_term=sustainabledesign&utm\\_campaign=shortcuts](http://www.gsa.gov/portal/content/104462?utm_source=OGP&utm_medium=print-radio&utm_term=sustainabledesign&utm_campaign=shortcuts)

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://books.google.es/books?id=I59w-la\\_3UIC&pg=PA101](http://books.google.es/books?id=I59w-la_3UIC&pg=PA101)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.idae.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/idpag.421/relcategoria.2606/reلمenu.147internet>, Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.engasa.org/engasa\\_web/Engasa-Eolica-cas.html](http://www.engasa.org/engasa_web/Engasa-Eolica-cas.html)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.navgis.com/solar.html>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.fao.org/docrep/field/003/ac596s/ac596s01.html>

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.fao.org/docrep/003/w6930s/w6930s05.html>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://obiocolombia.com/~obiocolo/index.php?option=com\\_content&view=frontpage&limitstart=70](http://obiocolombia.com/~obiocolo/index.php?option=com_content&view=frontpage&limitstart=70)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/acuerdos-comerciales.htm>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.teebweb.org/wp\\_content/uploads/Study%20and%20Reports/Reports/Business%20and%20Enterprise/Executive%20Summary/Business%20Executive\\_Spanish.pdf](http://www.teebweb.org/wp_content/uploads/Study%20and%20Reports/Reports/Business%20and%20Enterprise/Executive%20Summary/Business%20Executive_Spanish.pdf)

Fecha de acceso: julio de 2013.

<http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1214%20-%20Gomez.pdf>

Fecha de acceso: julio de 2013.

[http://www.rl\\_institut.de/sites/default/files/6cv.1.8\\_werner2011\\_global\\_cumulative\\_installed\\_pv\\_capacity\\_and\\_intern\\_trade\\_flows\\_paper\\_pvsec\\_preprint\\_0.pdf](http://www.rl_institut.de/sites/default/files/6cv.1.8_werner2011_global_cumulative_installed_pv_capacity_and_intern_trade_flows_paper_pvsec_preprint_0.pdf)

Fecha de acceso: julio de 2013.

## ABREVIATURAS

**ANLA**

Autoridad Nacional de Licencias Ambientales

**CARS**

Corporaciones Autónomas Regionales

**CNCI**

Comisión Nacional de Competitividad e Innovación

**CONFECÁMARAS**

Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio

**CORMACARENA**

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Área de Manejo Especial de La Macarena

**CORPORINOQUÍA**

Corporación Autónoma Regional de la Orinoquía

**CRC**

Comisiones Regionales de Competitividad

**DANE**

Departamento Administrativo Nacional de Estadística

**DBBSE**

Dirección de Bosques, Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos

**DNP**

Departamento Nacional de Planeación

**ICA**

Instituto Colombiano Agropecuario

**MADR**

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

**MADS**

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible

**MAVDT**

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial

**MINCIT**

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

**NBI**

Necesidades Básicas Insatisfechas

**OCDE**

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

**ONG**

Organizaciones No Gubernamentales

**ONVS**

Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles

**PENMV**

Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes

**PIB**

Producto Interno Bruto

**PNBS**

Plan Nacional de Biocomercio Sostenible

**PNGIBSE**

Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos

**PNNV**

Plan Nacional de Negocios Verdes

**PML**

Política de Producción Más Limpia

**PPyCS**

Política de Producción y Consumo Sostenible

**PRNV**

Programa Regional de Negocios Verdes

**SINA**

Sistema Nacional Ambiental