



“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Cundinamarca Boyacá Santander Tolima Risaralda
Antioquia Quindío Caldas Huila



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 relacionadas con los Negocios Verdes en la Región Central.

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

1. OBJETIVO.....	12
1.1. Objetivo General	12
2. METODOLOGÍA.....	12
3. MARCO CONCEPTUAL	13
3.1. Definición General	13
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	17
3.4. Definiciones conceptuales de la categoría Ecoproductos Industriales	20
3.5. Definiciones conceptuales de la categoría Mercado de Carbono	22
4. CARACTERÍSTICAS Y CRITERIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES.....	23
4.1. Desarrollo de los criterios	24
4.1.1. Viabilidad económica del negocio	24
4.1.2. Impacto ambiental positivo del bien o servicio	24
4.1.3. Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio	25
4.1.4. Vida útil	25
4.1.5. Sustitución de sustancias o materiales peligrosos	26
4.1.6. Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados	26
4.1.7. Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio	26
4.1.8. Responsabilidad social al interior de la empresa	26
4.1.9. Responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa	27
4.1.10. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa	27
4.1.11. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio	28
4.1.12. Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos	28
4.2. Mecanismos de verificación de los criterios	28
5. HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA	31
5.1. Instrumentos económicos y tributarios en materia ambiental aplicables a los Negocios Verdes en Colombia	31
5.1.1. Instrumentos aplicables en Colombia	31
5.2. Ferias para promocionar Negocios Verdes	34
5.2.1. Bioexpo	34
5.2.2. Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA)	35
5.2.3. Expoartesánías	35
5.2.4. Feria de las Colonias	36
5.2.5. Alimentec	36
5.3. Ecodiseño	37
5.3.1. Etapas generales en las metodologías de Ecodiseño	39
5.4. Nodo de Negocios Verdes	39
5.5. Sello Ambiental	40
5.5.1. Sello Ambiental Colombiano	41
5.5.2. Sello Ecológico para Alimentos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)	42
5.5.3. Otros Sellos Ecológicos	43
5.6. Mecanismos de financiación	49

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

5.7.	Mecanismos de desarrollo y fortalecimiento para la promoción de los Negocios Verdes en Colombia	58
6.	POLÍTICAS NACIONALES Y NORMATIVIDAD RELACIONADA CON LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA	62
6.1.	Políticas que enmarcan a los Negocios Verdes	62
7.	ACTORES NACIONALES DE ORDEN PÚBLICO Y PRIVADO RELACIONADOS CON LOS NEGOCIOS VERDES	63
8.	ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRNV	65
8.1.	Funcionalidad del esquema	67
8.1.1.	Ámbito nacional	67
8.1.2.	Ámbito regional	68
9.	CONTEXTO REGIONAL	69
9.1.	Características generales de la Región Central	69
9.1.1.	Territorio	69
9.2.	Caracterización social	70
9.2.1.	Demografía	70
9.2.2.	Educación	74
9.2.3.	Empleo y necesidades básicas insatisfechas	75
9.3.	Caracterización económica	77
9.3.1.	Producto Interno Bruto (PIB)	77
9.3.2.	Producto Interno Bruto per cápita (PIB per cápita)	77
9.3.3.	Economía Regional por ramas de actividad	78
9.3.4.	Exportaciones no tradicionales	79
9.3.5.	Usos del suelo	80
9.4.	Caracterización ambiental	81
9.4.1.	Áreas protegidas	81
9.4.2.	Biodiversidad	82
9.4.3.	Manejo de residuos	83
9.5.	Negocios Verdes en la Región Central	84
9.5.1.	Planes de acción de las autoridades ambientales	84
9.5.2.	Planes de desarrollo departamentales	85
9.5.3.	Planes regionales de competitividad	87
9.5.4.	Agendas Internas (Apuestas productivas)	88
9.5.5.	Identificación de la oferta regional de productos en Negocios Verdes	91
9.5.6.	Particularidades regionales para el desarrollo de Negocios Verdes	96
10.	PLAN DE ACCIÓN REGIONAL	103
10.1.	Plan de acción: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y al productor sobre los Negocios Verdes	105
10.2.	Plan de acción: Política y normatividad	107
10.3.	Plan de acción: Ciencia, tecnología e innovación	109
10.4.	Plan de acción: Recursos/incentivos económicos y financieros	111
10.5.	Plan de acción: Acceso a mercados	113
10.6.	Plan de acción: Coordinación y articulación institucional/sectorial	116
10.7.	Plan de acción: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación	119
10.8.	Plan de acción: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta	122
GLOSARIO		126
BIBLIOGRAFÍA		130
ABREVIATURAS		145

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Mecanismos de verificación.....	29
Tabla 2. Instrumentos Económicos, financieros y tributarios aplicables en Colombia	31
Tabla 3. Bioexpo: Fechas y lugares donde se ha llevado a cabo	35
Tabla 4. Normas Técnicas Colombianas (NTC)	41
Tabla 5. Descripción de Sellos Ecológicos utilizados en diferentes países del Mundo	43
Tabla 6. Descripción de herramientas financieras de entidades públicas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia.....	49
Tabla 7. Descripción de herramientas financieras de entidades privadas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia.....	55
Tabla 8. Descripción de herramientas de desarrollo para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia	58
Tabla 9. Necesidades identificadas y soluciones planteadas de acuerdo al esquema de mercado	65
Tabla 10. NBI según condiciones de vivienda en la Región Central	76
Tabla 11. Región Central: Exportaciones no tradicionales 2011	79
Tabla 12. Diversidad de especies en la Región Central.....	82
Tabla 13. Producción y manejo de residuos domiciliarios en la Región Central	83
Tabla 14. Apuestas productivas regionales, Agendas internas	89
Tabla 15. Identificación de áreas de generación de productos nativos para uso alimenticio en la Región Central (2011)	92
Tabla 16. Particularidades regionales para la promoción y desarrollo de Negocios Verdes	97
Tabla 17 Líneas estratégicas de intervención.....	103
Tabla 18 Línea Estratégica de Intervención N° 1: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y al productor sobre los Negocios Verdes	105
Tabla 19. Línea Estratégica de Intervención N° 2: Política y normatividad	107
Tabla 20. Línea Estratégica de Intervención N° 3: Ciencia, tecnología e innovación	109
Tabla 21. Línea Estratégica de Intervención N° 4: Recursos/incentivos económicos y financieros	111
Tabla 22. Línea Estratégica de Intervención N° 5: Acceso a mercados	113
Tabla 23. Línea Estratégica de Intervención N° 6: Coordinación y articulación institucional/sectorial	116
Tabla 24. Línea Estratégica de Intervención N° 7: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación	119
Tabla 25. Línea Estratégica de Intervención N° 8: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta.....	122

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Distribución territorial de la Región Central	70
Gráfica 2. Distribución poblacional por departamentos en la Región Central	71
Gráfica 3. Pertenencia étnica en la Región Central	72
Gráfica 4. Saldo neto migratorio en la Región Central	73
Gráfica 5. Tasa de analfabetismo de la Región Central.....	74
Gráfica 6. Porcentaje de personas con NBI en la Región Central	75
Gráfica 7. Distribución porcentual del PIB por departamentos de la Región Central.....	77
Gráfica 8. Producto Interno Bruto per cápita de la Región Central a precios corrientes.....	78
Gráfica 9. Valor agregado, por grandes ramas de actividad económica, a precios corrientes (miles de millones de pesos), en la Región Central	79
Gráfica 10. Distribución de la superficie según uso del suelo en la Región Central.....	80
Gráfica 11. Distribución porcentual de Parques Nacionales Naturales en los departamentos de la Región Central	81
Gráfica 12. Proyectos en los planes de acción en relación con Negocios Verdes, según sectores, en la Región Central	85
Gráfica 13. Proyectos en los planes de desarrollo departamentales relacionados con Negocios Verdes, según sectores en la Región Central	86
Gráfica 14. Número de proyectos en los planes regionales de competitividad relacionados con Negocios Verdes, según sectores en la Región Central.....	87
Gráfica 15. Número de apuestas productivas relacionadas con Negocios Verdes incluidas dentro de las agendas internas regionales, según sectores de Negocios Verdes en la Región Central.....	88
Gráfica 16. Empresas de biocomercio por sectores de la Región Central.....	91
Gráfica 17. Empresas con certificación ecológica en la Región Central 2011	93
Gráfica 18. Oferta en productos maderables en la Región Central.....	94
Gráfica 19. Oferta en Productos no maderables en la Región Central	95
Gráfica 20. Empresas dedicadas al Ecoturismo en la Región Central.....	96

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>16</i>
<i>Figura 3. Clasificación de la categoría Bienes y Servicios Sostenibles Provenientes de los Recursos Naturales.....</i>	<i>17</i>
<i>Figura 4. Clasificación de la categoría: Ecoproductos Industriales.....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 5. Clasificación de la categoría Mercado de Carbono.</i>	<i>22</i>
<i>Figura 6. Etapas generales del ecodiseño.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 7. Planes estratégicos y políticas nacionales e internacionales relacionadas con los Negocios Verdes.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 8. Identificación de los actores de carácter privado relacionados con Negocios Verdes</i>	<i>63</i>
<i>Figura 9. Identificación de los actores de carácter público relacionados con los Negocios Verdes.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 10. Esquema de organización del PRNV</i>	<i>66</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 Central comprende los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Quindío, Risaralda, Santander y Tolima. 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 Central, tiene una extensión de 198.873 Km², equivalente al 17,4% de la superficie total de Colombia. Antioquia ocupa el 32% del área de la región, Boyacá 11,7%, Caldas 4%, Cundinamarca 12,2%, Huila 10%, Quindío 0,9%, Risaralda 2,1%, Santander 15,4% y Tolima 11,8%. Hacen parte de la zona 589

municipios, de los cuales 125 corresponden a Antioquia, 123 a Boyacá, 27 a Caldas, 117 a Cundinamarca, 37 a Huila, 12 a Quindío, 14 a Risaralda, 87 a Santander y 47 al departamento del Tolima.

La Región Central es la de más alta biodiversidad entre las regiones del país; ocupa el primer lugar en anfibios, reptiles, plantas, mamíferos y aves, y el segundo lugar en peces de agua dulce. El total de especies en la región representa el 29,4% del comparativo nacional.

Por su riqueza ambiental, sus recursos hidrobiológicos y la presencia de parques naturales esta región tiene grandes ventajas comparativas para su posicionamiento como promotora de Negocios Verdes, entre ellos, por ejemplo, el ecoturismo. Como siempre, el desarrollo de cualquier iniciativa en este sentido solo es viable si se aprovechan de manera sostenible y eficaz los recursos con los que cuenta el territorio.

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.”¹

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 **MADS.** Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles. 2014.

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 Central (departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Quindío, Risaralda, Santander y Tolima) 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 Central del país.
- **Fase II:** Identificación de las autoridades ambientales de la región que tienen jurisdicción en los nueve departamentos: Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR), Corporación Autónoma Regional del Guavio (CORPOGUAVIO), Corporación Autónoma Regional de Boyacá (CORPOBOYACÁ), Corporación Autónoma Regional de Chivor (CORPOCHIVOR), Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS), Corporación Autónoma Regional del Tolima (CORTOLIMA), Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena (CAM), Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ), Corporación Autónoma Regional de Risaralda (CARDER), Corporación Autónoma Regional de Caldas (CORPOCALDAS), Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá (CORPOURABÁ), Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia (CORANTIOQUIA), Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare (CORNARE). Dichas autoridades hicieron la convocatoria de manera conjunta con el MADS² 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

² Convenio 141 entre MADS y CAEM.

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.

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:

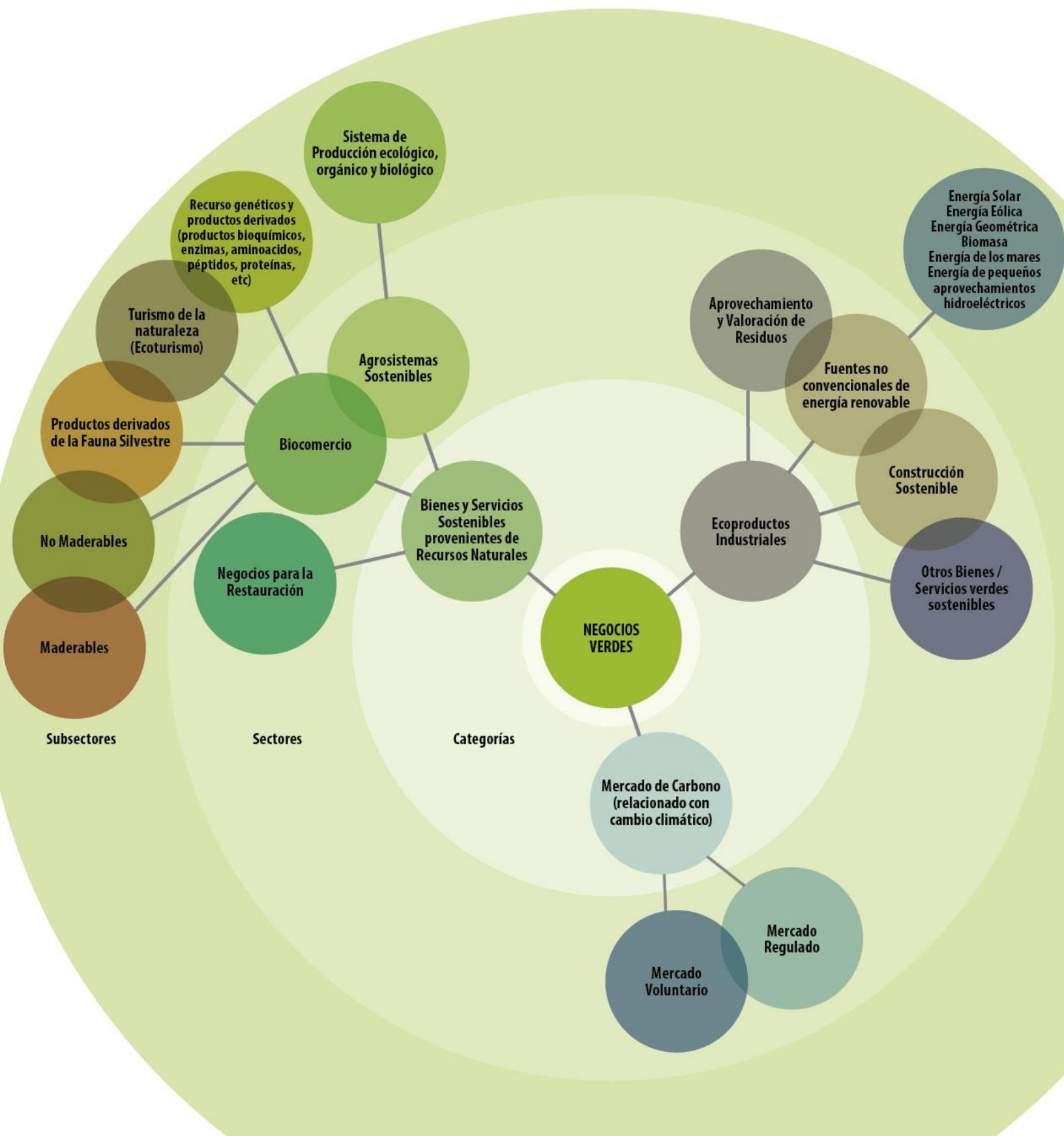
La Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles (ONVS) del MADS promoverá tanto la oferta como la demanda de los Negocios Verdes y Sostenibles.

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)

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

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).

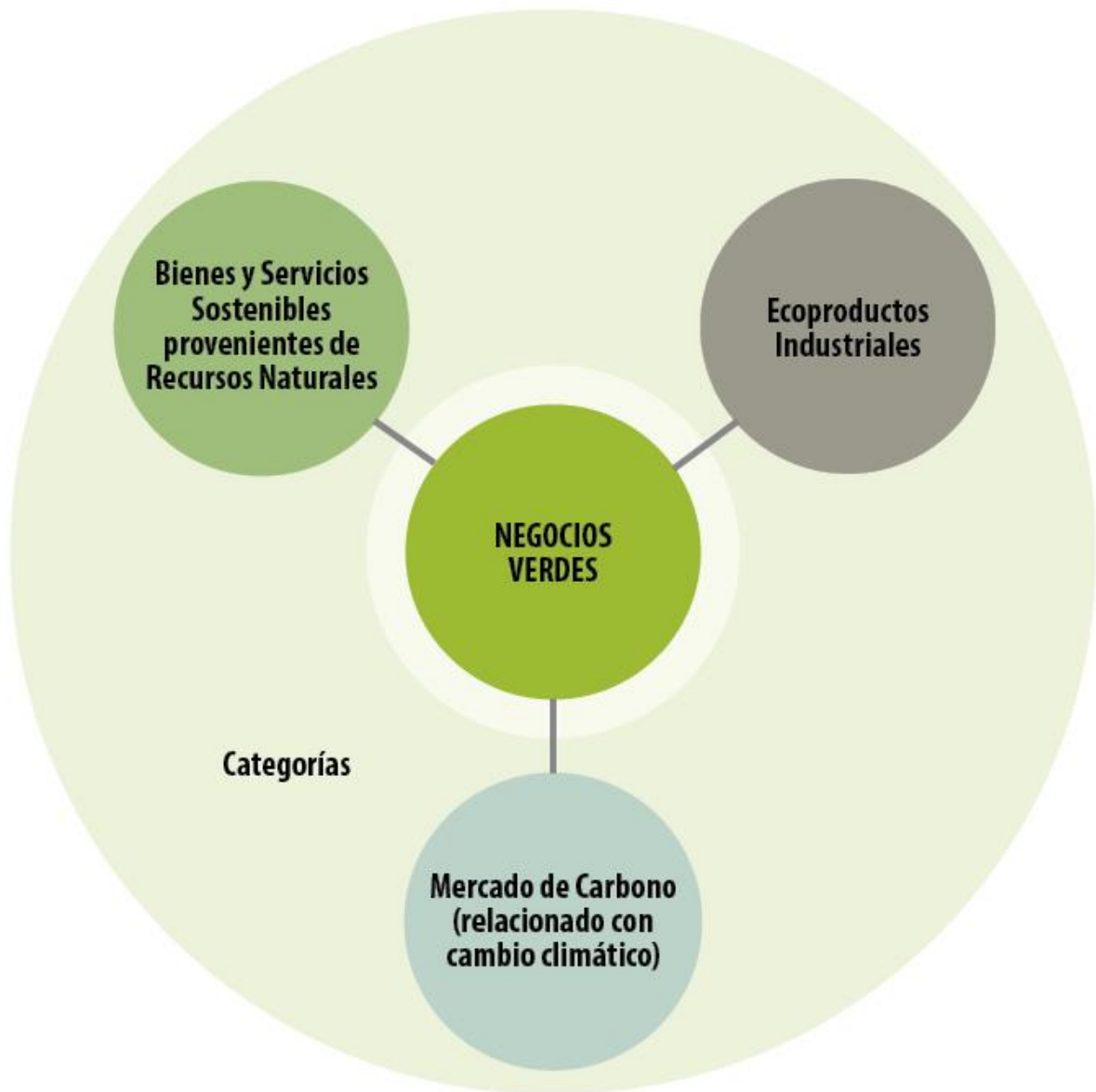
3.2. Definición de categorías, sectores y subsectores de Negocios Verdes³

- **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.e-missionneutral.com).

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

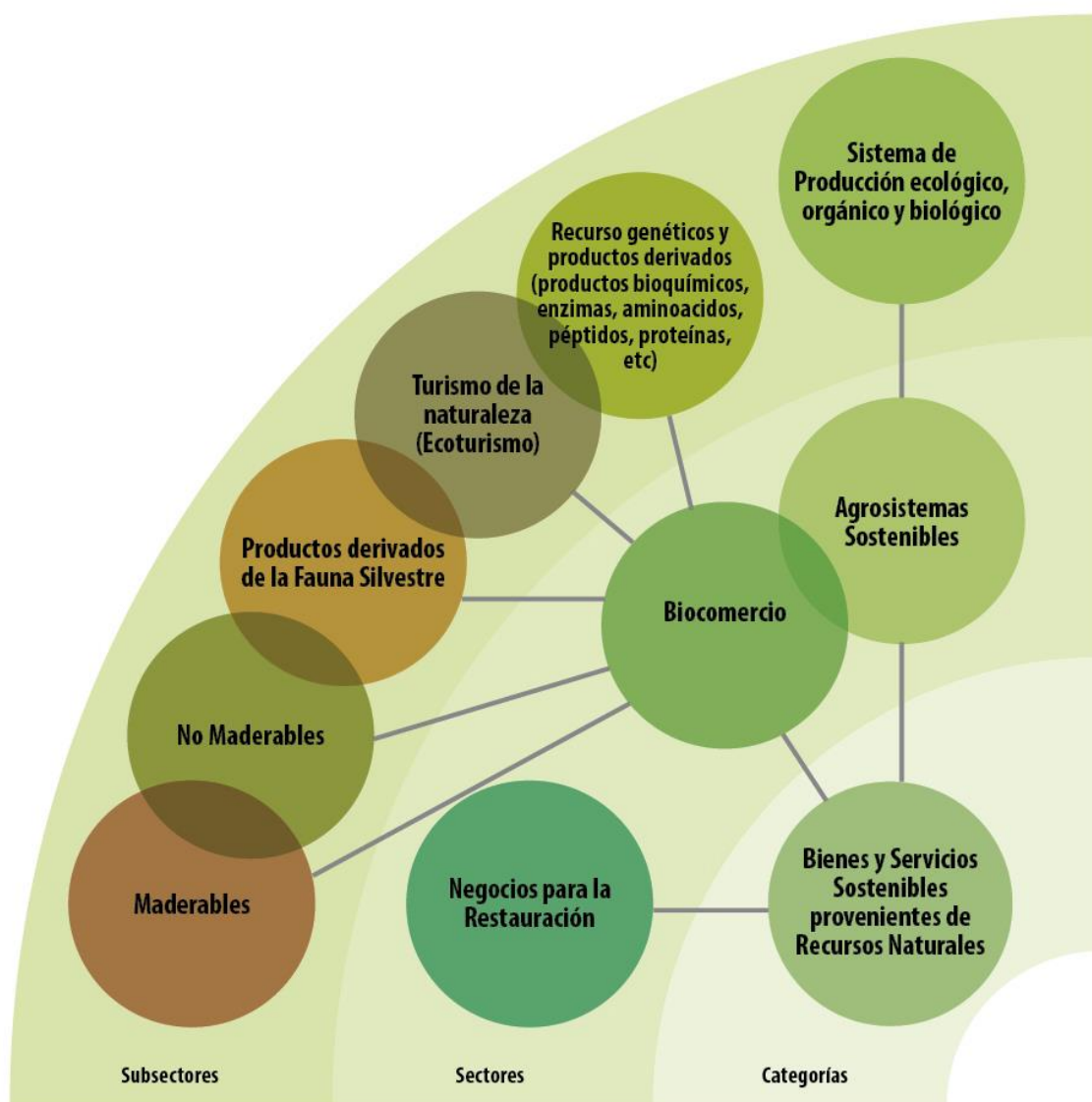
"PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES" REGIÓN CENTRAL

Figura 2. Categorías de Negocios Verdes en Colombia



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 flora⁴, 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

⁴ Artículo 195, Decreto 9811 de 1974, *Código Nacional de Recursos Naturales*.

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 otros⁵ (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).

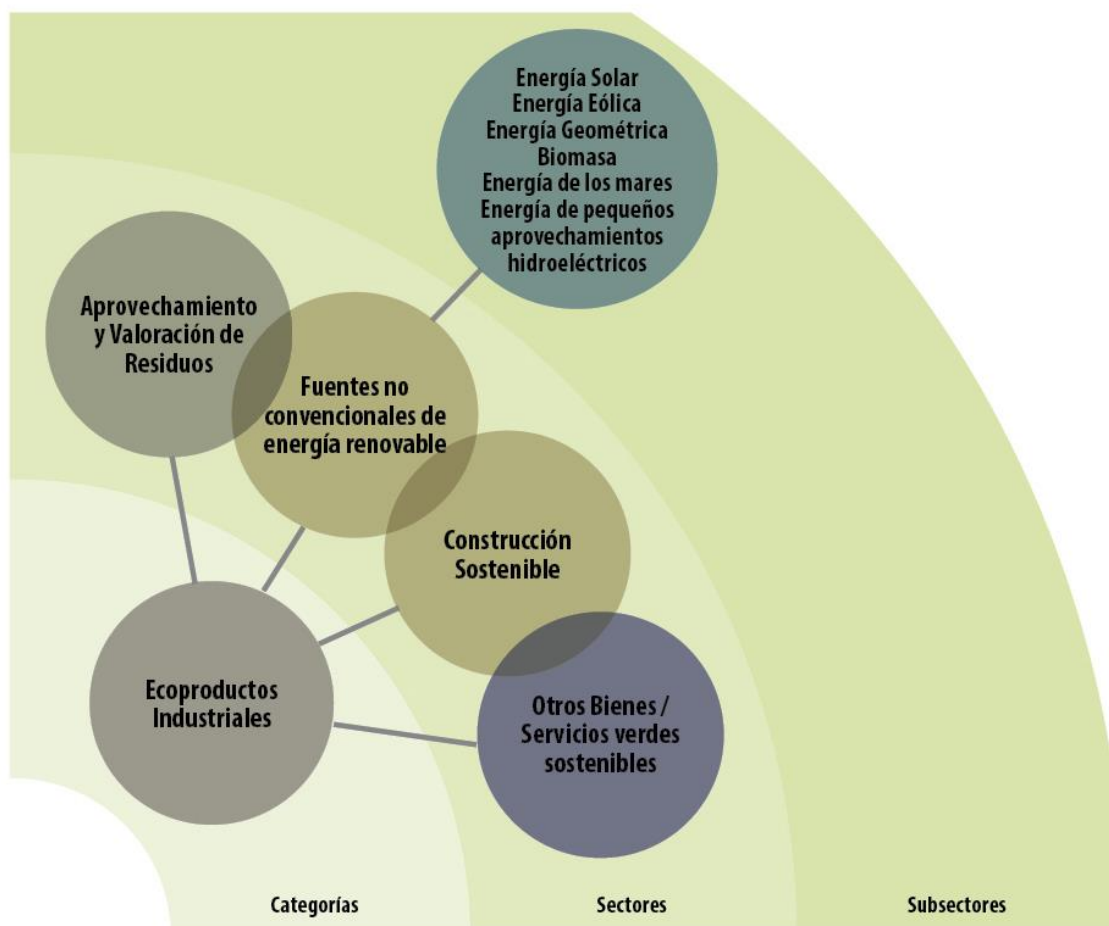
Sistema de producción ecológico, orgánico o biológico⁶: Sistema holístico de gestión de la producción agropecuaria, acuícola, forestal y pesquera que promueve la conservación de la biodiversidad, los ciclos biológicos, el reciclaje de nutrientes, el cuidado del suelo y el agua, el balance energético 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).

⁵ Plan Nacional de Restauración en construcción (2014).

⁶ Como sinónimos según la norma colombiana.

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 (FNCER): 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).

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 procesos 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).

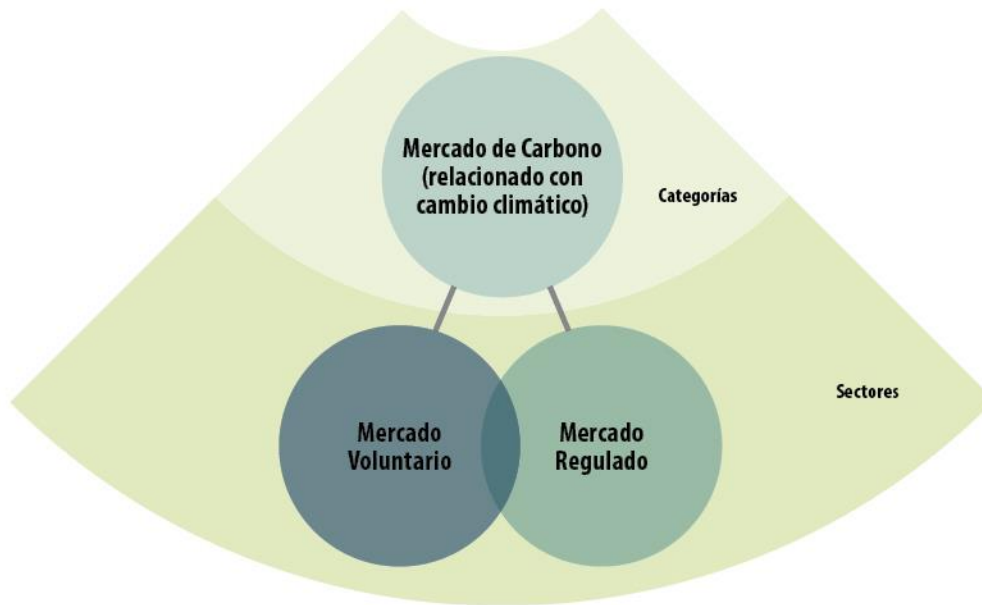
Nota: En Colombia las hidroeléctricas son consideradas una “fuente convencional de energía limpia”, por lo tanto no entran dentro de la clasificación de FNCER.

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.emissionneutral.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.emissionneutral.com).

4. CARACTERÍSTICAS Y CRITERIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES⁷

¿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 Sostenibles⁸.

⁷ 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.

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

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
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 servicio⁹

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

⁹ 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).

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 peligrosos¹⁰

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.

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).

¹⁰ 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.

- 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><u>Potencialidad del mercado:</u> 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><u>Rentabilidad:</u> La Rentabilidad de la empresa tiene que ser positiva ($VPN \geq 0$; $TIR \geq TIO$; Precio Unitario producto > Costo Unitario producto; Ingresos por Ventas > Costos Operacionales, entre otros)¹¹</p> <p><u>Organización:</u> 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.

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

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

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.
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 ¹²

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		Sello ecológico a productos con buen desempeño ambiental.
	Ecoetiquetado	Res. 1555/2005. Establece el Reglamento de Uso del Sello Ambiental Colombiano, para la promoción de productos que

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

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

INSTRUMENTO		DESCRIPCIÓN Y MARCO LEGAL
		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.
	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. Res. 551/2009. 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. Ley 139 de 1994. 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. Decreto 1824 de 1994. 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. Decreto 900 de 1997. 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

INSTRUMENTO		DESCRIPCIÓN Y MARCO LEGAL
		consideración de: 1) adicionalidad y 2) variados contextos institucionales. (Sommerville et al, 2010)
TRIBUTARIOS ¹³	Deducciones de IVA	Decreto 2332 de 2001. 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 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).

¹³Ministerio 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
INCENTIVOS A LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN (CTI)	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 CAR –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. Expoartesanías

Plataforma de comercialización para el sector artesanal hacia mercados nacionales e internacionales, además de ser la única especializada de América Latina. Se constituyó en asocio entre Artesanías de Colombia y el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones Corferias, en 1991. Es un programa estratégico de Artesanías de Colombia que busca mejorar los estándares de calidad de los productos artesanales y, en consecuencia, aportar al bienestar socioeconómico del sector.
<http://www.expoartesanias.com/>

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/>

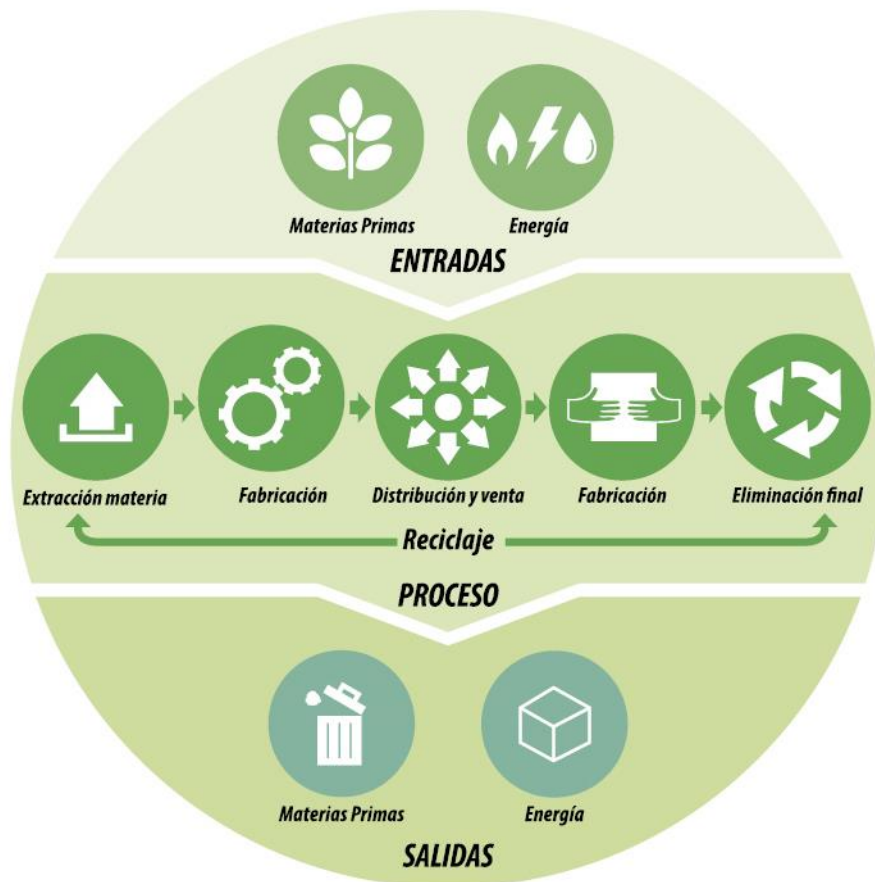
5.2.5. Alimentec

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. Ecodiseño¹⁴

Figura 6. Etapas generales del ecodiseño



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

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.

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

La Norma Internacional ISO 14006, denominada ECODISEÑO¹⁵, 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-POLE¹⁶, 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”.

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

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

5.3.1. Etapas generales en las metodologías de Ecodiseño¹⁷

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 CAR 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.

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

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.
- 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 Colombiano¹⁸



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 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)

<u>Normas Técnicas Colombianas</u>	<u>Productos</u>
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.

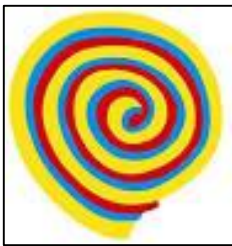
¹⁸ <http://www.minambiente.gov.co/>

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

<u>Normas Técnicas Colombianas</u>	<u>Productos</u>
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. Sello Ecológico para Alimentos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)




Mediante la Resolución 0148 de 2004, del MADR, se crea el “Sello de Alimento Ecológico” 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, empaque, 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 Mundo¹⁹

Sello ecológico	Descripción
 <p>Rainforest Alliance Certified</p>	<p><u>Rainforest Alliance</u> ofrece servicios de certificación, verificación y validación</p> <p>Agricultura: 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>Silvicultura: 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>Turismo: 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 <u>Consejo Global de Turismo Sostenible</u> (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>Carbono forestal: 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 <u>American National Standards Institute</u> en <u>ISO 14065:2007</u> (el estándar internacional para entes de validación y verificación de gases de efecto invernadero).</p>

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





“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Sello ecológico	Descripción
 <p><u>Der Blaue Engel</u></p>	<p>El Ángel Azul es el primer y más antiguo certificado ambiental para productos no alimentarios y servicios. La certificación es de carácter voluntario. Es uno de los sellos más exigentes. El papel que lleva este distintivo (norma RAL-UZ 14) debe contener un 100% de material reciclado, 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>
 <p><u>Cisne Blanco</u></p>	<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>
 <p>Green Seal</p>	<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>
 <p><u>Environmental Choice</u></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>

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Sello ecológico	Descripción
 <p><u>Eco-Mark</u></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><u>Agricultura Ecológica</u></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>Comercio Justo</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>


“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Sello ecológico	Descripción
 <p>Ecolabel</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. Certifica que un producto ha sido fabricado y comercializado con un impacto ambiental menor que otros productos de la misma categoría.</p>
 <p>Consejo de Administración Forestal</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. Todos los productos realizados con madera son susceptibles de acogerse al control FSC, 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. El FSC emite tres tipos distintos de certificados: Certificación Forestal, Cadena de Custodia y Madera Controlada.</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 cancerígenas están prohibidos).</p>
 <p>Eco-Mark – India</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>

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Sello ecológico	Descripción
 <p>De la cuna a la cuna</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>
	<p>Ecogarantie de Bélgica. Certifica independientemente productos de limpieza y cosméticos. La certificación requiere, entre otras cosas:</p> <ul style="list-style-type: none"> El uso de la mayor parte posible de ingredientes vegetales de cultivo ecológico. Exclusión de ingredientes petroquímicos. Exclusión de ingredientes minerales nocivos. No se pueden irradiar los productos. Está prohibido el uso de productos transgénicos. Maximización de la biodegradabilidad. Regulación estricta del uso de estabilizantes, emulgentes y conservantes. No probados en animales. Controles periódicos realizados por un comité independiente de expertos. <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>

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Sello ecológico	Descripción
	<p>Programa de reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal (PEFC). 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 O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Entidades de Orden Público	
Sistema Nacional de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2504</p>
Fondo de Compensación Ambiental	<p>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.</p> <p>Corporaciones aportantes: Todas las Corporaciones Autónomas Regionales, con excepción de las de Desarrollo Sostenible.</p> <p>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).</p> <p>http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido_imprimir.aspx?catID=93&conID=107&pagID=84</p>
Fondo Nacional de Garantías	<p>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.</p> <p>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.</p>

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
	http://www.fng.gov.co/fng/portal/apps/php/index.get
FINDETER	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Sector Infraestructura de Medio Ambiente</p> <p>Contempla el desarrollo del sector ambiental en áreas relacionadas con la producción limpia, mercados verdes, prevención, mitigación y compensación de impactos ambientales, gestión del riesgo ambiental y prevención y atención de desastres naturales, asociados a todo tipo de actividad económica.</p> <p>Subsector Producción Limpia y Mercados Verdes</p> <p>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>Subsector Protección y Gestión del Riesgo Ambiental</p> <p>Serán financiables las inversiones relacionadas con: Investigación, Educación y desarrollo ambiental, Protección de áreas de reserva, Reforestación, Sistemas de Información.</p> <p>http://www.findeter.gov.co/</p>

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
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. 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"> • <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. • <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. • <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. <p>http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx</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 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</p>

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

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
	<p>proponentes y la transparencia en la asignación y manejo de los recursos de cofinanciación.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362</p>
Convocatoria Bioempresa iNNpulsa	<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. 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>http://www.innpulsacolombia.com/</p>
COLCIENCIAS	<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.</p> <p>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>http://www.colciencias.gov.co/</p>
Fondo Emprender	<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>

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

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
	<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>http://nuevo.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx</p>
Tecnoparque Colombia	<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>http://tecnoparque.sena.edu.co/Paginas/default.aspx</p>
Microseguros	<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.</p> <p>Se busca reducir la vulnerabilidad social del microempresario y su familia, brindando cobertura y protección y asegurando la cartera de las Instituciones Financieras. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=5239</p>
Finagro	<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>http://www.finagro.com.co/</p>
Fontur Colombia	<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,</p>

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

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
	<p>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>http://www.fontur.com.co/inicio http://www.fontur.com.co/corporativo/naturaleza/4</p>
Fondo de Regalías	<p>Reforma al Régimen de Regalías: 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>https://www.sgr.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=bsf8qrvGVOg=&tabid=181</p>

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

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

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Entidades de Orden Privado	
Biocomercio Colombia	<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"> • Contribuye a generar una mayor cobertura del sector financiero sobre las iniciativas de biocomercio. • Funciona como mecanismo financiero particular de asistencia para el desarrollo de iniciativas de biocomercio. • 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. • Fortalece la capacidad institucional de las iniciativas de biocomercio, en el marco de un mercado justo con responsabilidad social. • Participa en diferentes instancias relacionas con el diseño, ejecución y evaluación de las políticas asociadas al biocomercio. <p>http://www.fondobiocomercio.com/</p>
Red Ángeles Inversionistas	<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).</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3858</p>
Fondos de Capital	<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</p>

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

	<p>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.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=4387</p>
Destapa Futuro - Bavaria	<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.</p> <p>http://www.redemprendedoresbavaria.net/pg/pages/view/854531/</p>
Ventures	<p>La revista Dinero y McKinsey & Company crearon un concurso de planes de negocio con el fin de atraer y premiar a los mejores emprendedores del país. El concurso está abierto a participantes de todas las edades, con proyectos en cualquier sector de la economía, que tengan una idea de negocio.</p> <p>http://www.ventures.com.co</p>
BiD Network	<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. http://www.bidnetwork.org/es</p>
Ecofondo	<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 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>http://www.ecofondo.org.co/</p>

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

Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez	<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>http://www.fondoaccion.org/</p>
Corporación Mundial de la Mujer	<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>http://www.cooperativaemprender.com/afiliados/afiliado/?tx_galileoaffiliate_d_pi2%5Bid%5D=8#informacion_general</p>
ENDEAVOR	<p>Organización internacional sin fines de lucro que utiliza recursos de iniciativa privada para apoyar a nuevas generaciones de emprendedores en busca de capital, conocimientos técnicos especializados y desarrollo de negocios.</p> <p>Todos los pasos para crear una empresa exitosa entrega la Fundación Endeavor –desde una idea brillante, pasando por la creación del plan de negocios, las rondas de inversión, la capitalización del proyecto y la conexión con los potenciales inversionistas– además de la capacitación y herramientas metodológicas necesarias para su correcta ejecución.</p> <p>http://pac.caf.com/proyectos.asp?idn=143&ct=3</p>
The Institute of Electrical and Electronics Engineers	<p>Es una Sociedad Profesional con membresía en todo el mundo. Trabaja en actividades técnicas educacionales y profesionales que impulsan la teoría y la práctica de la electrotecnología para el desarrollo personal y profesional de sus miembros. Fomenta el conocimiento y los avances científicos y tecnológicos que los miembros del IEEE transforman en productos prácticos y seguros, y en procedimientos que engrandecen la calidad de vida.</p> <p>http://www.ieee.org.co/</p>
Centro Nacional de Producción Más Limpia y Tecnologías Ambientales - Línea Crédito Ambiental (LCA)	<p>La LCA fue creada por medio de un convenio entre el Centro Nacional de Producción Más Limpia (CNPML), Bancolombia, Banco de Bogotá y el Gobierno Suizo (SECO). Permite a las empresas recibir hasta un 25% de reembolso sobre sus inversiones ambientales.</p> <p>http://www.cnpml.org/ http://www.lineadecreditoambiental.org/lca/</p>

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
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT)	<p>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.</p> <p><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.</p>
Ventas al estado: Contratación Pública	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía para la contratación pública. • Abecé de las compras públicas. • Información de interés al ciudadano. • Registro Único de Proponentes (RUP). • Cinco pasos para la contratación pública. • Convocatorias públicas. • Portal Único para la Contratación Pública. <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3634</p>
Programa Colombia se Formaliza	<p>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.</p> <p>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</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2503</p>
Programa Nacional de Diseño Industrial	<p>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.</p> <p>El diseño industrial, en las microempresas en particular, constituye un factor de importancia para introducir y posicionar productos en el</p>

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
	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. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=935
Programa Compre Colombiano	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 diversas ciudades del país. La participación es gratuita para los empresarios. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2009
Programa Exporta Fácil	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. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2010
Premio INNOVA – Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes	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. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2692
Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas	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. https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/desarrollo-rural/Paginas/Proyecto-apoyo-a-alianzas-productivas-PAAP-.aspx

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

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
Incubar Colombia	Incubadora de empresas dedicada a satisfacer las necesidades de emprendimiento y de gestión de las organizaciones públicas y privadas, implementando el mejoramiento continuo y generando mayores oportunidades de negocios. Incubar Colombia presta sus servicios a través de procesos estructurados de sensibilización, formación y acompañamiento, fundamentados en el modelo de negocio exitoso gestionado por la entidad. http://www.incubarcolombia.org.co/
Aprovechamiento de los TLC	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: 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. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3635
Universidades - Consultorio Gerencial	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.
Universidades - Consultorios Jurídicos	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.
PROEXPORT	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. 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. http://www.proexport.com.co/
DIAN	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

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
	condiciones de equidad, transparencia y legalidad. http://www.dian.gov.co/
Artesanías de Colombia S.A.	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. http://www.artesantiasdecolombia.com.co

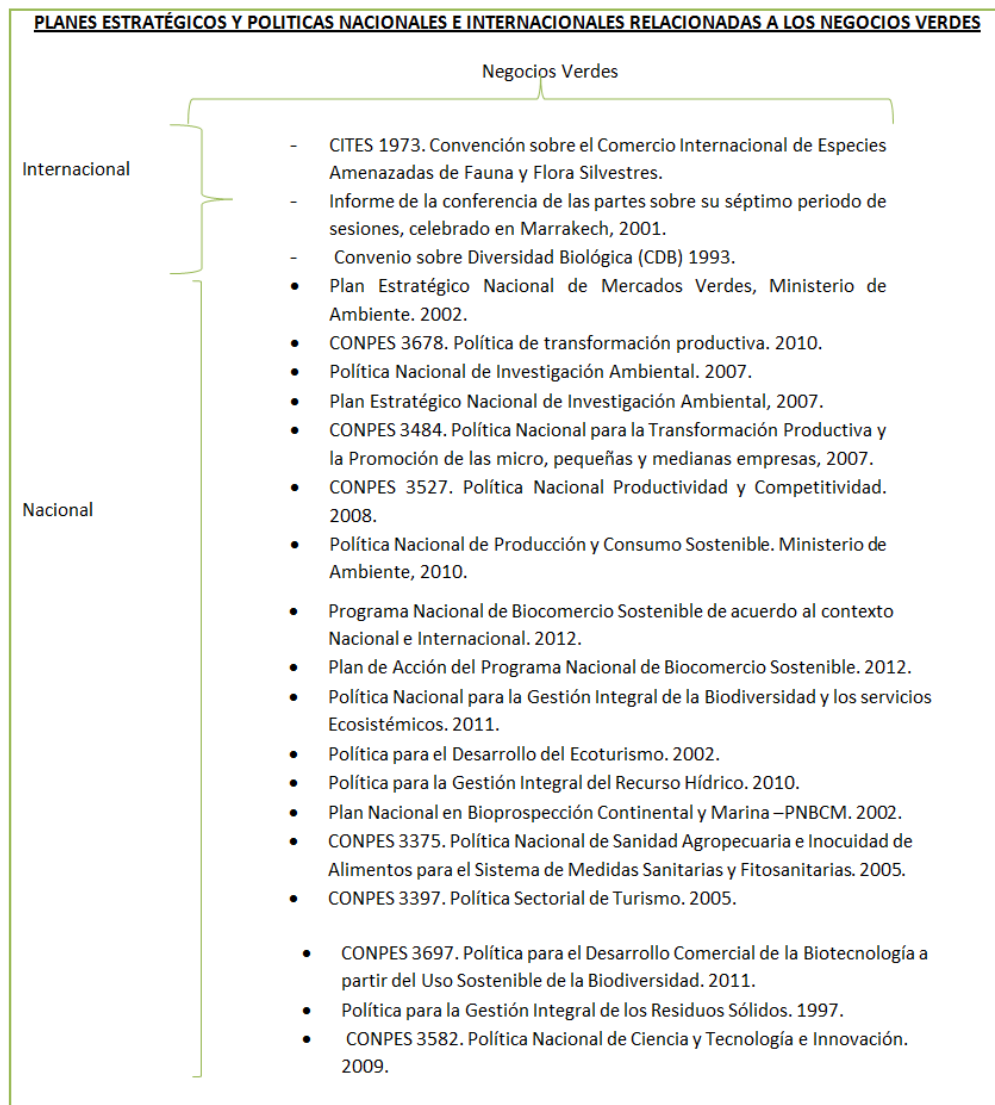
Fuente: Adaptación ECOVERSA (2009).

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



Fuente: MADS, 2014

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Figura 9. Identificación de los actores de carácter público relacionados con los Negocios Verdes

Actores Nacionales de Orden Público	Presidencia de la República	Sistema Nacional de Competitividad e innovación (SNCEL) Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC Colombia) Alta Consejería Público – Privada
	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	Dirección de Bosques, Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos Dirección Asuntos Ambientales Sectorial Urbana Programa Nacional Biocomercio Sostenible (PNBS) Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles
	Institutos de Investigación del MADS y Unidad Administrativa de Parques Nacionales	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)
	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Banco de Comercio Exterior en Colombia (BANCOLDEX) Fondo de Promoción Turística (FPT) Proexport Viceministerio de Desarrollo Empresarial
	Ministerio de la Protección Social	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)
	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	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)
	Ministerio de Minas y Energía	Unidad de Planeación Minero Energética (UMPE) Programa de USO Racional y eficiente de energía y Fuentes no Convencionales, 2010 – 2015 (PROURE)
	Ministerio del Interior	Oficina de Consulta Previa
	Ministerio de Educación Nacional	Universidad Nacional de Colombia
	Ministerio de Trabajo	Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias
	Departamentos Administrativos	Departamento de Planeación (DNP) Departamento Administrativo de Ciencia Tecnología e Innovación (COLCIENCIAS) Departamento para la Prosperidad Social
	SENA	Mesas Sectoriales Fondo EMPRENDER
	Red Nacional de Jardines Botánico	13 Jardines Botánicos

Fuente: MADS, 2014

8. ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRNV

Para plantear la siguiente estructura de implementación del PRNV para la Región Central, 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.

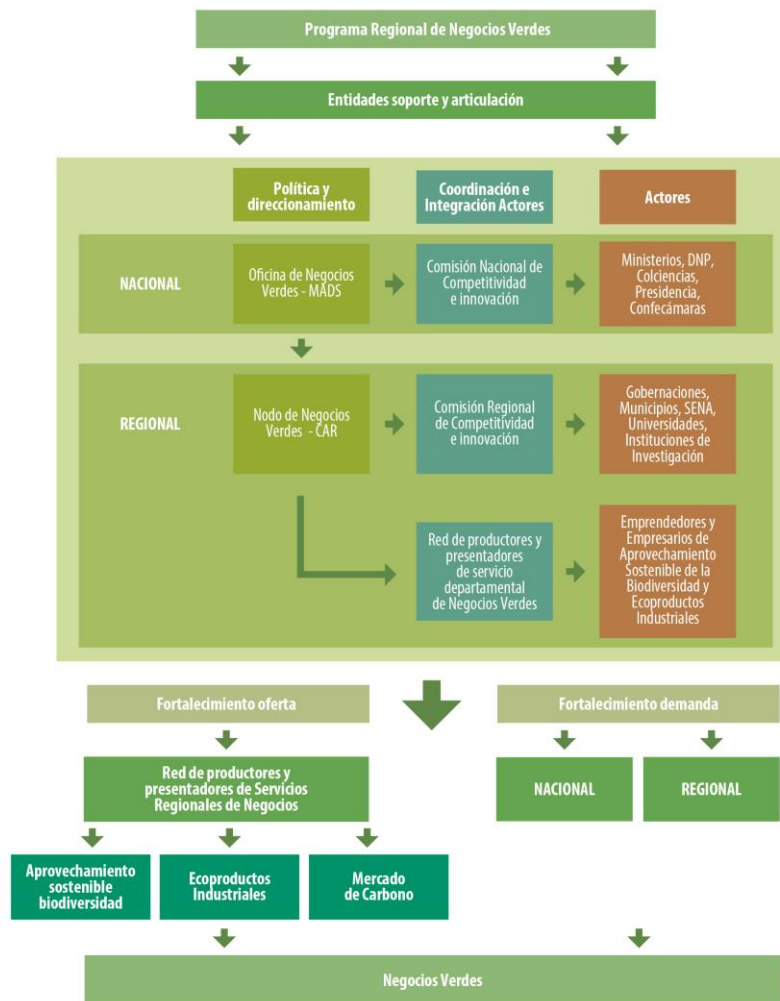
Tabla 9. Necesidades identificadas y soluciones planteadas de acuerdo al esquema de mercado

	Necesidades	Solución planteada
Entidades de Soporte	<ul style="list-style-type: none"> -Posicionar los Negocios Verdes en el ámbito político. -Vincular a entidades de comercio y desarrollo, con conocimiento y experiencia empresarial. -Involucrar a los ministerios de Agricultura y de Comercio en la implementación de los Programas de Negocios Verdes. -Mejorar la articulación y coordinación institucional, a nivel regional y nacional, entre los actores públicos, privados y de la sociedad civil. -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. 	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"> -Optimizar y volver competitiva la producción en cuanto a calidad y cantidad. -Incrementar los volúmenes de producción. -Generar valor agregado al producto final. -Generar asociatividad y articulación entre los productores de Negocios Verdes. -Generar representatividad en el sector de los Negocios Verdes. 	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"> -Impulsar un cambio cultural en el consumidor. -Dinamizar la demanda nacional para productos verdes. 	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.

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

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”²⁰. 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.

²⁰ Decreto 1500 (julio 2012).

8.1.2. Ámbito regional

- *Política y direccionamiento*

Ventanillas Regionales de Negocios Verdes de las CAR: 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 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”²¹.

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.

²¹ Decreto 1500 (julio 2012).

9. CONTEXTO REGIONAL

En el marco del desarrollo de los programas regionales de Negocios Verdes, la Región Central comprende los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Quindío, Risaralda, Santander y Tolima. 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 Central

9.1.1. Territorio²²

La Región Central tiene una extensión de 198.873 Km², equivalente al 17,4% de la superficie total de Colombia. Antioquia ocupa el 32% de área de la región, Boyacá 11,7%, Caldas 4%, Cundinamarca 12,2%, Huila 10%, Quindío 0,9%, Risaralda 2,1%, Santander 15,4% y Tolima 11,8%. (Gráfica 1.). Hacen parte de la región 589 municipios, de los cuales 125 corresponden a Antioquia, 123 a Boyacá, 27 a Caldas, 117 a Cundinamarca, 37 a Huila, 12 a Quindío, 14 a Risaralda, 87 a Santander y 47 al departamento del Tolima.

De acuerdo con los datos del SIB²³, analizados para el Informe sobre el Estado de los Recursos Naturales Renovables y del Ambiente 2010-2011, los departamentos con mayor número de taxones²⁴ registrados son Antioquia (11.746 taxones, 9.806 especies) y Cundinamarca (11.036 taxones, 9.036 especies), en la región andina; estos resultados coinciden con los datos del IDEAM²⁵ (2002), que indican que la mayor riqueza de especies en Colombia se encuentra en esta área. La región andina tiene 114 especies de aves acuáticas, 485 de anfibios, 220 de reptiles y cerca de 11.500 especies de plantas. Las características del territorio le representan ventajas para el desarrollo de los Negocios Verdes, y por lo tanto una oportunidad para lograr un impulso en la economía de la región.

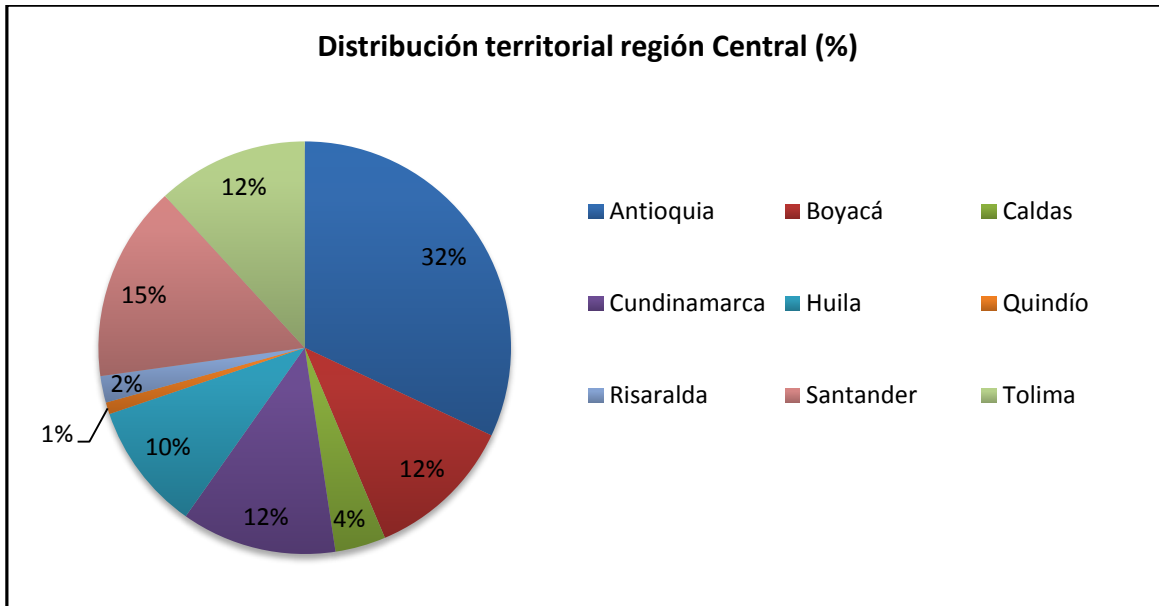
²² DNP. Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, 2007.

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

²⁴ Los taxones pueden pertenecer a diferentes niveles dentro de la jerarquía taxonómica, tales como órdenes, familias y géneros, incluyendo también el nivel de especies.

²⁵ Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales.

Gráfica 1. Distribución territorial de la Región Central



Fuente: DNP, 2007

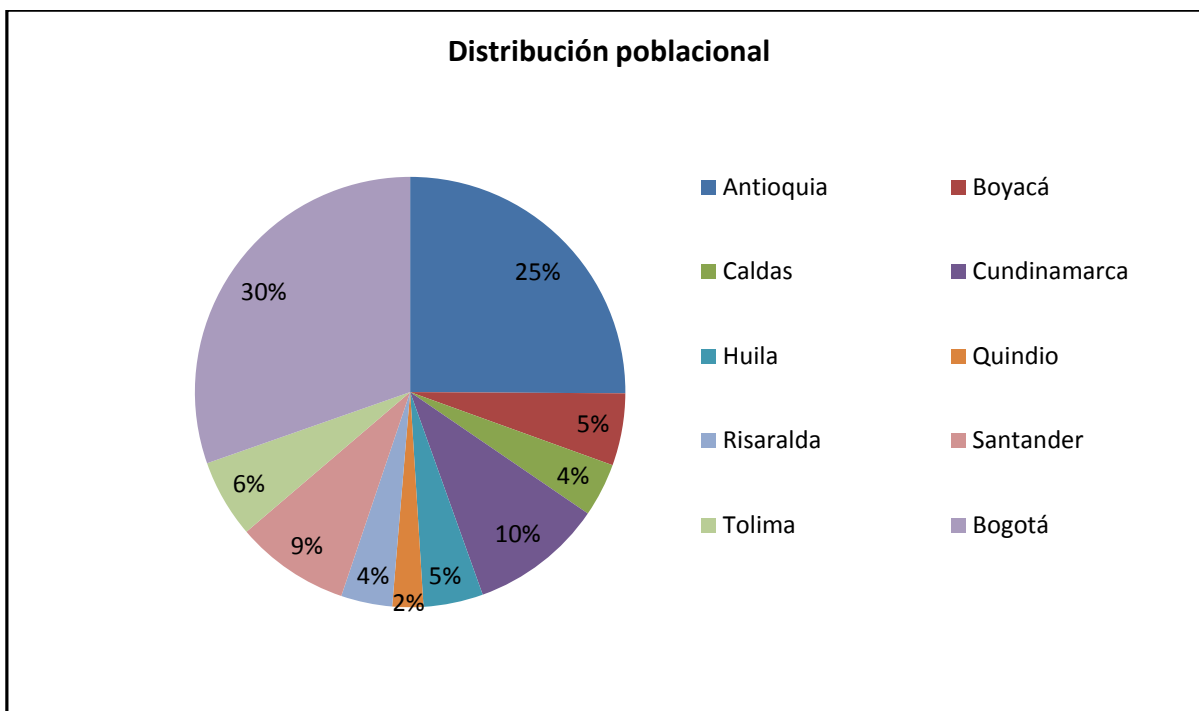
9.2. Caracterización social²⁶

9.2.1. Demografía

La Región Central concentra el 53% de la población nacional, con 24.108.597 habitantes. El departamento de Cundinamarca (incluida Bogotá) agrupa la mayor parte –el 40%–, con 9.840.818 personas, seguido de Antioquia –25%–, con 6.065.846. En los restantes 7 departamentos se encuentra el 35% de la población, lo que indica que su densidad de población es menor. Así lo muestra la Gráfica 2.

²⁶ DANE. Boletín Censo General 2005, perfil departamental. 2010.

Gráfica 2. Distribución poblacional por departamentos en la Región Central

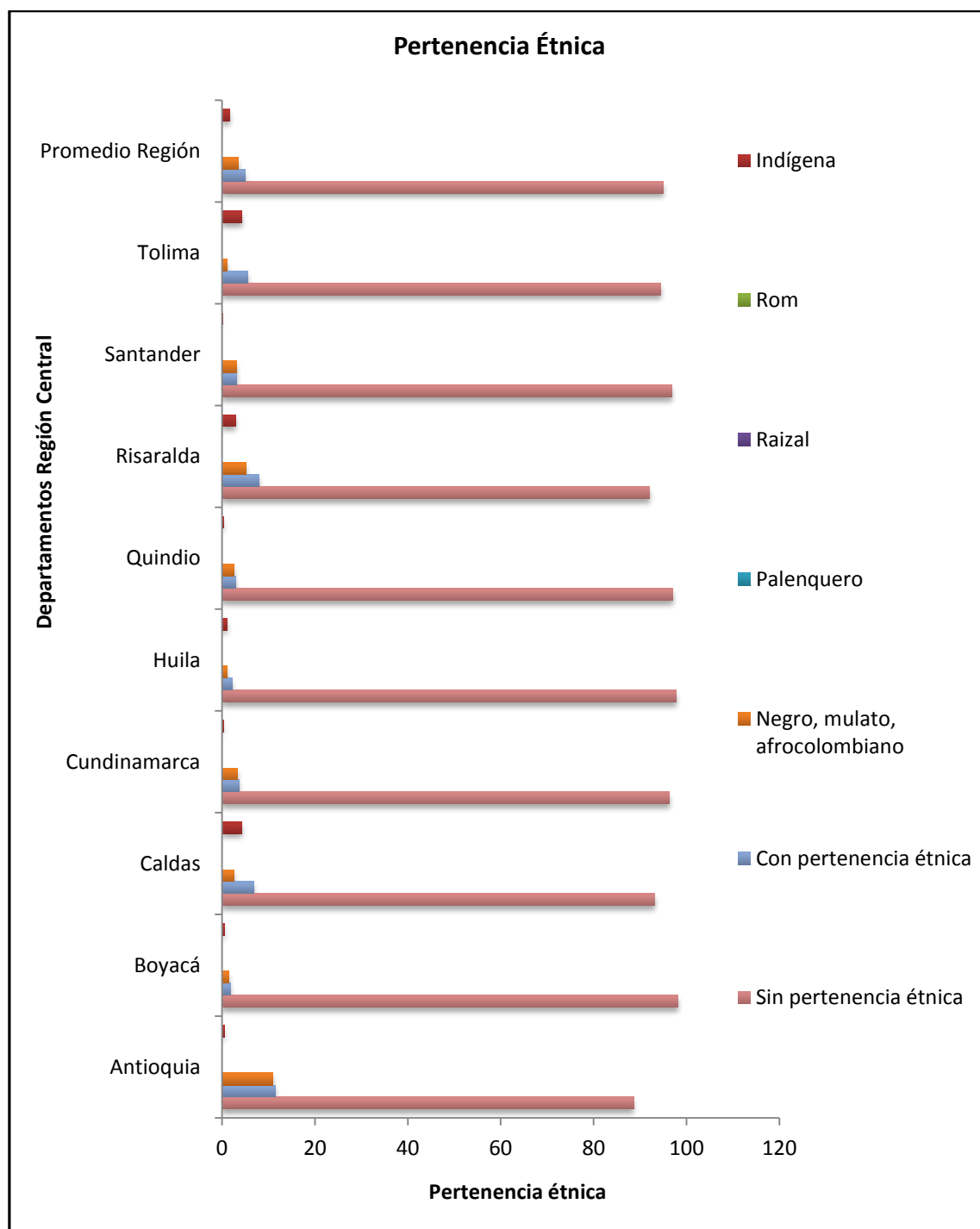


Fuente: Datos DANE, 2005

En la Región Central, el 19% de la población es rural. El promedio de personas pertenecientes a alguna etnia asciende al 5,5%, valor inferior al nacional que es del 14%; la mayoría de la población de estos departamentos (94,5%) se clasifica dentro del grupo sin pertenencia étnica (Gráfica 3).

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Gráfica 3. Pertenencia étnica en la Región Central



Fuente: Datos DANE, 2005

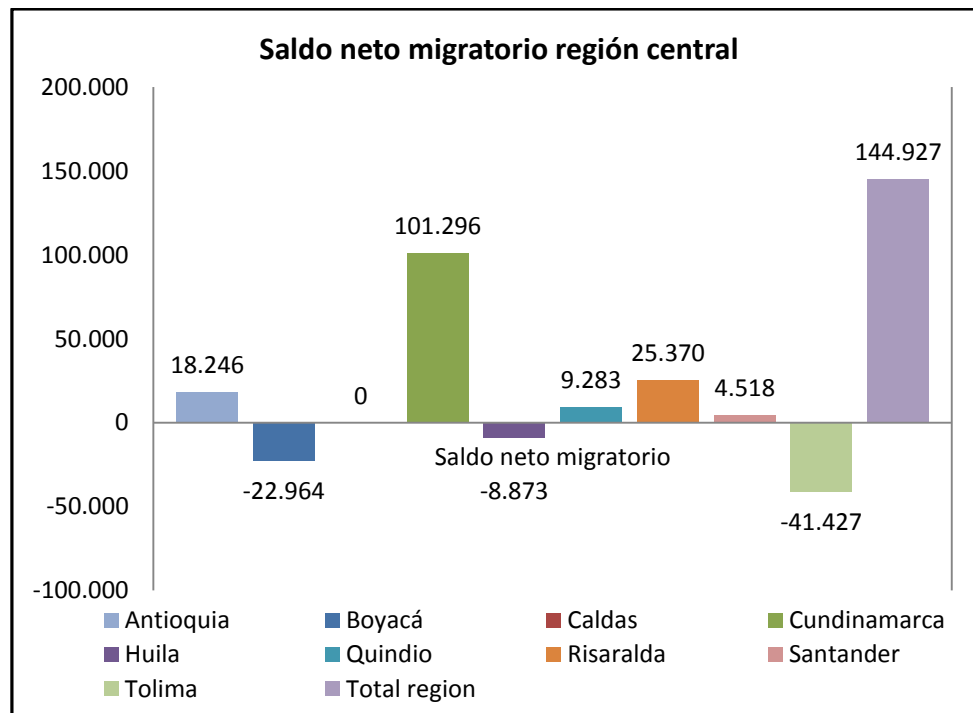
“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

La tasa de crecimiento exponencial de la región para el quinquenio 2005-2010 fue del 0,71%, porcentaje inferior al valor nacional (1,19%). Los departamentos que presentan una tasa de crecimiento superior al valor nacional son Antioquia con 1,25%, Cundinamarca con 1,58% y Huila con 1,28%; los demás poseen un valor inferior: Boyacá 0,14%, Caldas 0,2%, Quindío 0,56%, Risaralda 0,57%, Santander 0,5% y Tolima 0,3%.

En la Gráfica 4 se observa la dinámica de migraciones para esta región. El saldo migratorio es positivo (144.927 personas). Los departamentos que se destacan con un valor alto de emigraciones y un saldo migratorio negativo significativo son Boyacá (-22.964 personas), Huila (-8873) y Tolima (-41.427); las personas que más migran en la región se encuentran en el rango de edad de 20 a 39 años (56%), comportamiento similar al nacional (58%).

Los Negocios Verdes representan una oportunidad viable para estabilizar las dinámicas poblacionales en la región. Las ventajas comparativas con las que cuenta por su diversidad y riqueza natural, su infraestructura vial y comercial, propician la prestación de servicios ecoturísticos, la producción y comercialización de frutas y flores nativas, los sistemas agropecuarios sostenibles y el aprovechamiento de la fauna, es decir, el desarrollo de actividades económicas sostenibles que mejorarían las condiciones económicas y la calidad de vida de la población.

Gráfica 4. Saldo neto migratorio en la Región Central



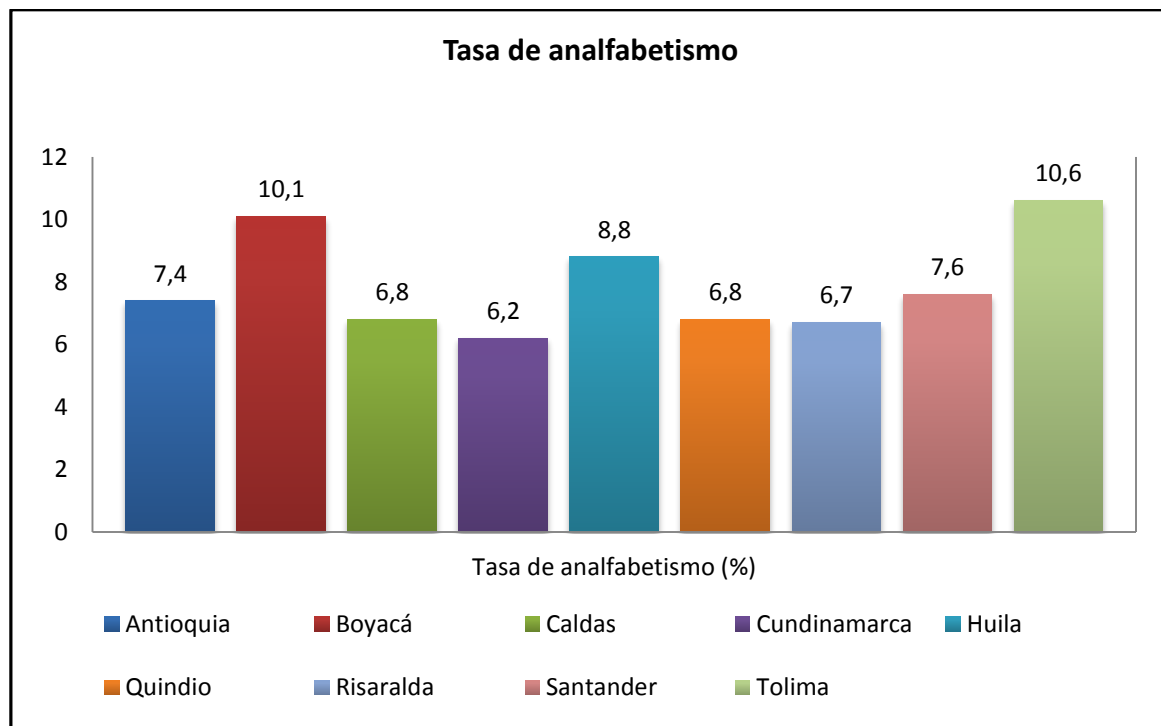
Fuente: Datos DANE, 2005

9.2.2. Educación

Respecto al nivel educativo, la región presenta una tasa de analfabetismo del 7,9%, inferior al promedio nacional del 8,4%; sin embargo, cabe destacar que en departamentos como Boyacá (10,1%), Huila (8,8%) y Tolima (10,6%) el valor asciende al promedio nacional. A nivel regional, el 10,3% de las personas no tiene ningún nivel educativo, porcentaje que es similar al nacional del 10,2%.

En la Región Central se encuentra una buena cantidad de institutos de investigación e instituciones de educación superior de gran reconocimiento, los cuales pueden liderar investigaciones y proyectos en los diferentes sectores de Negocios Verdes, que impulsen el desarrollo de este tipo de iniciativas en el territorio, aprovechando de manera más eficiente el potencial de la biodiversidad y las ventajas de los ecosistemas presentes en cada uno de los departamentos de esta zona y de los sistemas productivos que se pudiesen generar.

Gráfica 5. Tasa de analfabetismo de la Región Central



Fuente: Datos DANE, 2005

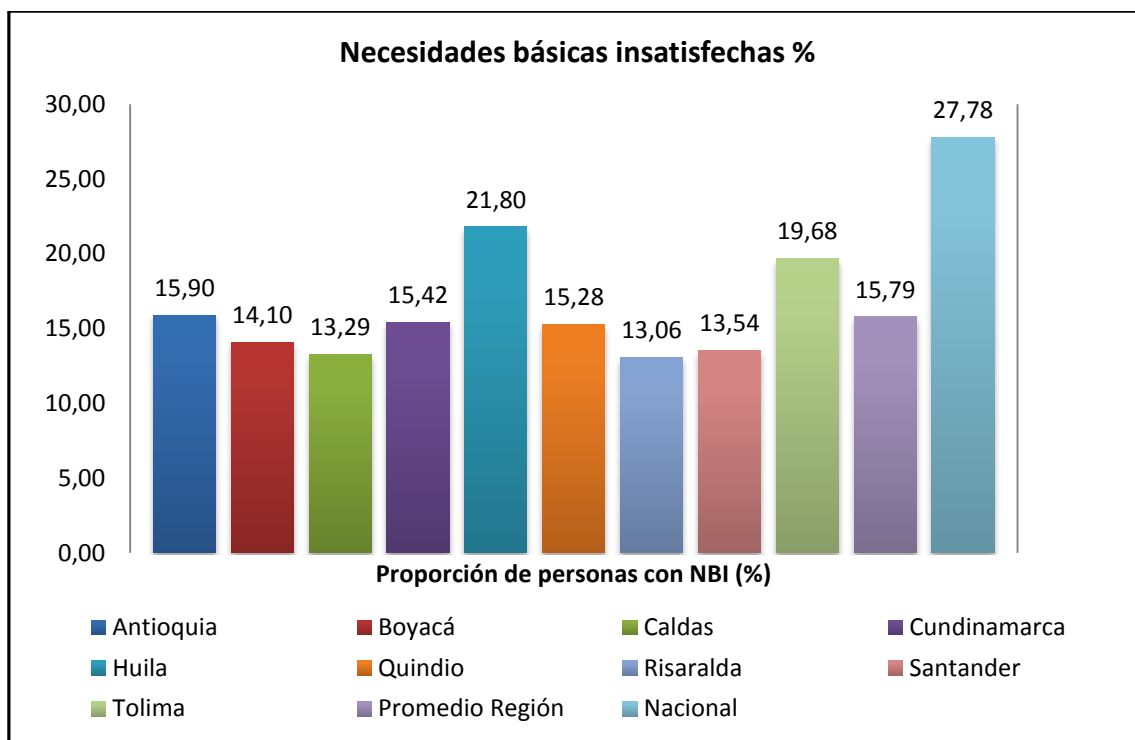
9.2.3. Empleo y necesidades básicas insatisfechas

La Región Central concentra el 37% de la población activa del país; el 13,1% está en situación de desempleo, valor por encima del porcentaje nacional que es del 11%. Las tasas de desempleo más elevadas se encuentran en los departamentos del Quindío (18,8%), Risaralda (18,3%), Caldas (16,4%) y Tolima (14,6%).

Las iniciativas de Negocios Verdes en la región deben buscar contribuir al crecimiento económico sostenible, mejorando el bienestar de la población y creando oportunidades de ocupación que reduzcan las tasas de desempleo mencionadas. Así mismo, es importante propender por el aprovechamiento de amplias zonas rurales que, por causa del desplazamiento hacia los principales centros poblados, no tienen un desarrollo económico idóneo.

Respecto al nivel de pobreza, el promedio regional de personas con Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) asciende a 15,79%, valor inferior al porcentaje nacional del 27,78%. Es el departamento del Huila el que presenta el valor más elevado (21,08%), seguido del Tolima (19,68%), como se observa en la Gráfica 6.

Gráfica 6. Porcentaje de personas con NBI en la Región Central



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 indica la Tabla 9, los departamentos de Huila y Boyacá presentan un porcentaje mayor al promedio nacional de personas que viven en vivienda inadecuada; para el indicador de vivienda con servicios inadecuados, Huila es el único que supera la media nacional; Boyacá es el departamento que presenta el mayor nivel de personas que viven en hogares con hacinamiento crítico.

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

Por Departamento de la Región										Promedio región	Total nacional
% personas, 2011	Antioquia	Boyacá	Caldas	Cundí/ca	Huila	Quindío	Risaralda	Santande	Tolima		
Personas que viven en vivienda inadecuada	6,97	11,92	1,35	5,47	12,29	1,49	1,55	6,73	9,69	6,38	10,41
Personas que viven en vivienda con servicios inadecuados	4,15	6,61	1,45	3,91	8,00	1,06	1,68	4,48	5,79	4,13	7,36
Personas que viven en hogares con hacinamiento crítico	9,08	11,24	5,95	9,20	9,13	4,85	6,79	7,57	11,4	8,36	11,11
Promedio	6,73	9,92	2,92	6,19	9,81	2,47	3,34	6,26	8,97	6,29	9,63

Fuente: Datos DANE, 2011

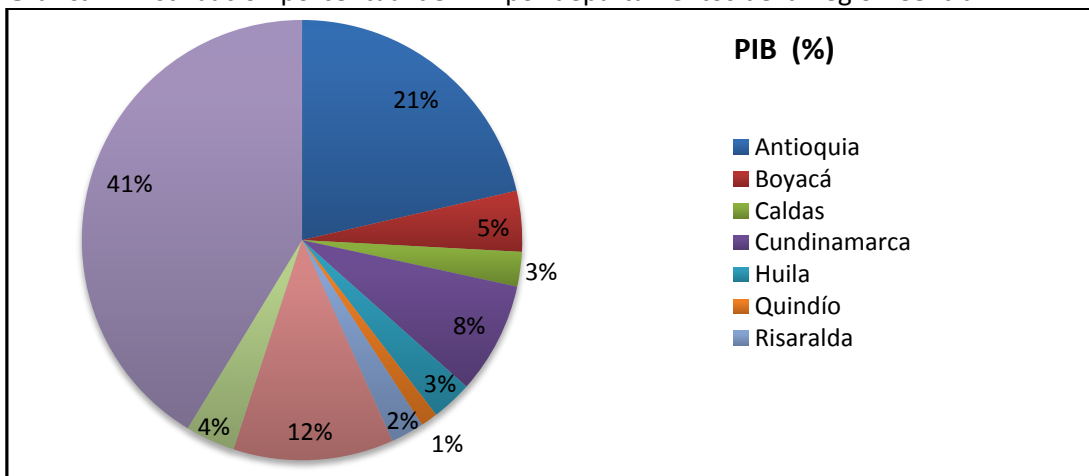
La Región Central tiene los centros poblados más grandes y de mayor importancia económica de Colombia por su ubicación estratégica que permite el acceso comercial desde y hacia las demás regiones. Estas ventajas biogeográficas significativas brindan muchas oportunidades para el desarrollo de iniciativas verdes.

9.3. Caracterización económica²⁷

9.3.1. Producto Interno Bruto (PIB)

Para el año 2010 el PIB nacional fue de \$544.923 miles de millones de pesos y, a nivel regional, de \$334.966 miles de millones de pesos, es decir que la Región Central participó con el 61,5% del total nacional, tal como se observa en la Gráfica 7. El impulso de Negocios Verdes en estos departamentos permitiría el incremento del ingreso per cápita y un crecimiento económico del territorio y, por lo tanto, el aumento del bienestar socio-económico de la población.

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



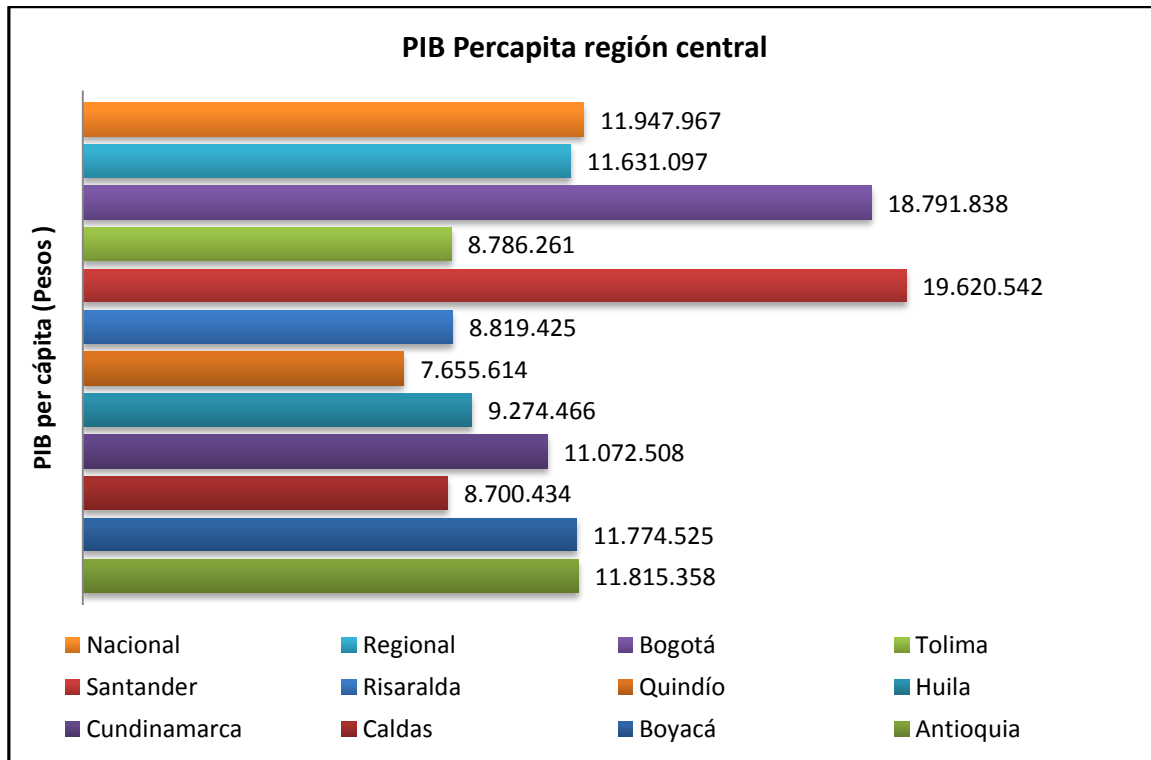
Fuente: Datos DANE, 2010

9.3.2. Producto Interno Bruto per cápita (PIB per cápita)

En la Región Central el ingreso per cápita promedio es de \$11.631.097, lo cual está por debajo del valor promedio nacional de \$11.947.967, como se observa en la Gráfica 8. El departamento de Santander y la ciudad de Bogotá presentan los mayores PIB per cápita, siendo superiores al valor nacional y regional; los demás departamentos muestran valores por debajo del promedio nacional y del regional o muy cercanos.

²⁷ DANE. Cuentas Nacionales Departamentales, Censo Nacional, base 2005. Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). Colombia. 2011.

Gráfica 8. Producto Interno Bruto per cápita de la Región Central a precios corrientes



Fuente: Datos DANE, 2010

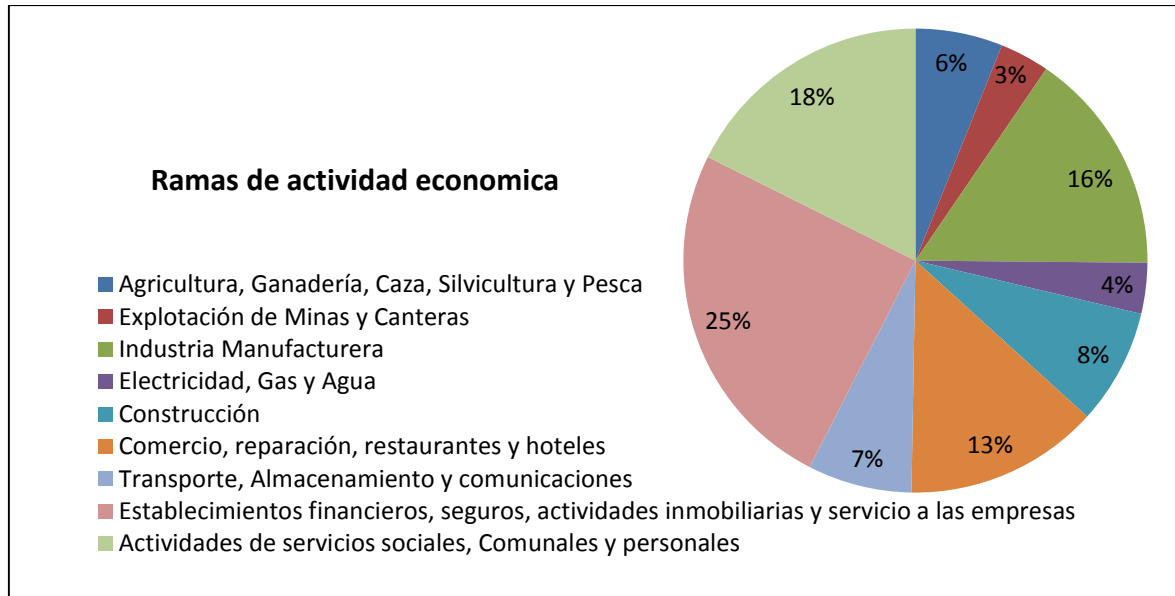
9.3.3. Economía Regional por ramas de actividad

El aporte de la región a la producción nacional, contemplando todas las ramas de actividad, corresponde al 61% del valor total. De otra parte, al analizar los sectores económicos, se puede observar que el de mayor contribución a la economía regional es Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicio a las empresas (25%); le siguen Actividades de servicios sociales, comunales y personales (18%) e Industria manufacturera (16%), como se indica en la Gráfica 9. Estos tres sectores representan el 59% de la producción total de la región.

Si se aprovecha de manera sostenible la gran riqueza natural que tiene la región a través del desarrollo de Negocios Verdes, en sectores de gran potencial como el agropecuario, el ecoturismo, las energías alternativas, la construcción sostenible, el biocomercio y el aprovechamiento de residuos, entre otros, el aporte de esta región a la producción nacional aumentaría significativamente.

En este sentido, la contribución a la economía regional por sectores podría variar si se impulsa en mayor proporción el comercio de alimentos propios de la zona, y el sector hotelero y de servicios relacionados con el Ecoturismo.

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



Fuente: Datos DANE, 2010

9.3.4. Exportaciones no tradicionales

La dinámica de las exportaciones no tradicionales en la región (Tabla 10) indica una evolución: las ventas totales reportadas en 2011 ascienden a US\$11.154.716, frente a los US\$9.392.261 de 2010, lo que representó un incremento de 15,8%. El departamento de Antioquia tiene el 49,7% de las exportaciones, seguido de Bogotá con 29,9% y Cundinamarca con 13,2%.

Debido al alto grado de desarrollo de la región, en comparación con las otras, las exportaciones no tradicionales representan un porcentaje significativo del total nacional (65%). Los sectores más significativos son el pesquero, con 96,9% del total de exportaciones a nivel nacional, el agropecuario con 87,2% y el industrial con 62,4%.

Tabla 11. Región Central: Exportaciones no tradicionales 2011

Valor FOB (miles de dólares)	Total región				Total nacional	
	2010	2011	%	% con respecto al valor nacional	2010	2011
Sector agropecuario, caza y silvicultura	1.895.862	1.973.102	17,7	87,2	2.146.976	2.263.913

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Pesca	3.672	11.408	0,10	96,9	11.601	11.769
Sector Industrial	7.492.727	9.170.206	82,2	62,4	12.189.322	14.692.631
Total	9.392.261	11.154.716	100	65	14.468.367	17.167.838
Incremento (%)	15,8		-	-	18,7	

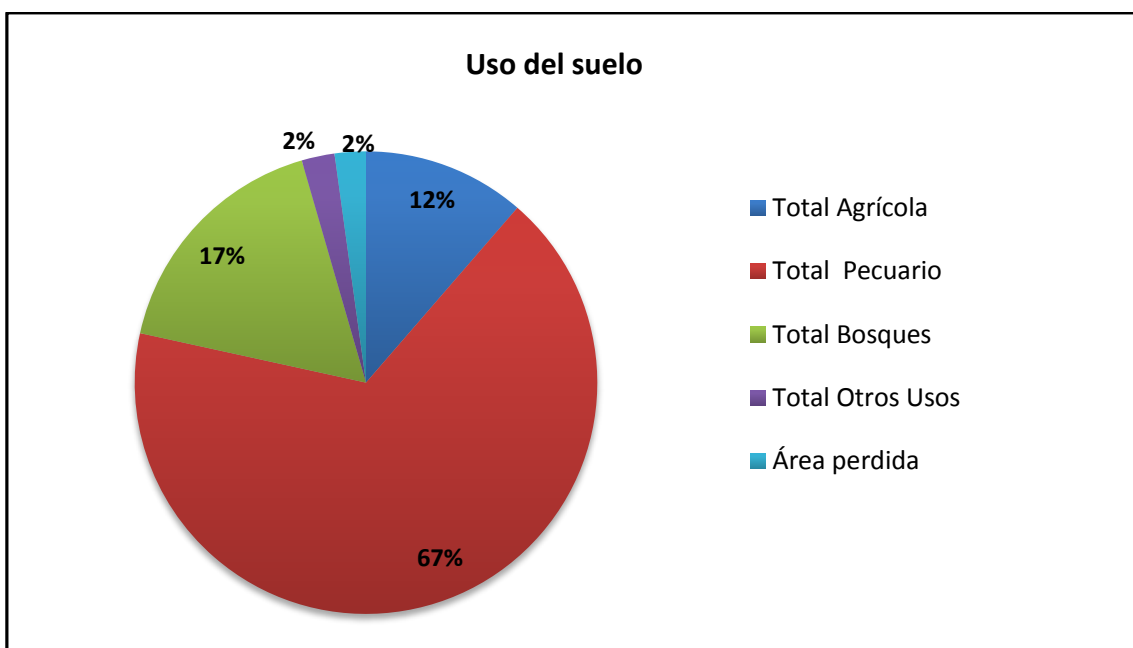
Fuente: Datos DANE, 2011

La promoción de Negocios Verdes en la región permitiría aumentar las exportaciones si se consolidan exitosamente las iniciativas en curso, aprovechando de esta manera las tendencias mundiales en consumo de bienes y servicios amigables con el ambiente y los acuerdos comerciales que Colombia ha suscrito.

9.3.5. Usos del suelo

El área total del uso del suelo para los departamentos de la región es de 12.292.841 hectáreas. El uso pecuario ocupa el 67% y predomina sobre bosques (17%) y uso agrícola (12%); el área restante corresponde a otros usos o áreas perdidas (4%).

Gráfica 10. Distribución de la superficie según uso del suelo en la Región Central



Fuente: Datos DANE, 2011

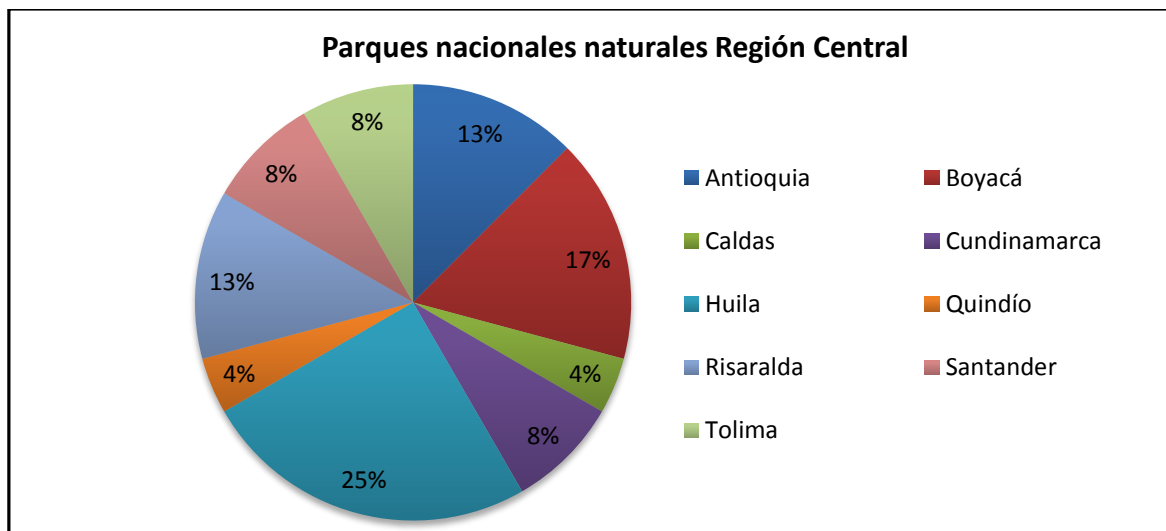
9.4. Caracterización ambiental²⁸

La Región Central 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.

9.4.1. Áreas protegidas

En lo que respecta a las áreas protegidas, la región cuenta con un total de 20 Parques Nacionales Naturales, lo que representa el 35,71% del total nacional. El departamento del Huila posee el 25%, seguido de Boyacá con 17%, y Risaralda y Antioquia con 13% cada uno; la distribución de parques entre los demás departamentos es similar, como lo indica la Gráfica 11. La presencia de estos espacios brinda una excelente oportunidad para la promoción y el posicionamiento del ecoturismo como un renglón importante en el desarrollo de la economía de la zona.

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



Fuente: Datos Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2013

²⁸ **MADS** Parques Nacionales Naturales de Colombia,
<http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.01>.

9.4.2. Biodiversidad²⁹

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 en biodiversidad 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; la Región Central ocupa el primer lugar en anfibios, reptiles, plantas, mamíferos y aves, y el segundo en peces de agua dulce. El total de especies en la región representa el 29,4% del comparativo nacional.

Tabla 12. Diversidad de especies en la Región Central

Grupo Taxonómico	Región Central			
	Ranking Regional de especies con respecto al nivel nacional	Número de especies	%	% con respecto al valor nacional
Peces (agua dulce)	2º lugar	197	1,5	14,5
Aves	1º lugar	974	7,2	52,2
Anfibios	1º lugar	380	2,8	53,1
Mamíferos	1º lugar	177	1,3	37,6
Reptiles	1º lugar	277	2,1	52,9
Plantas	1º lugar	11.500	85,2	28,0
Total		13.505	100,0	29,4

Fuente: Datos Instituto Humboldt, 2008

Como se observa en la Tabla 12, la Región Central tiene la más alta biodiversidad en el país y esto representa una ventaja comparativa para su posicionamiento como promotora en Negocios Verdes, siempre y cuando se aprovechen de manera sostenible y eficaz los recursos con los que cuenta el territorio.

²⁹ Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Informe sobre el estado de la Biodiversidad en Colombia 2006-2007. 2008.

9.4.3. Manejo de residuos

En la región se generan aproximadamente 14.624,70 toneladas al día de residuos domiciliarios; de estas, el 47,77% se produce en Cundinamarca y el 25,39% en Antioquia. Los 7 departamentos restantes producen el 26,84% de los residuos, como se muestra en la Tabla 13.

En lo que respecta a la disposición final, se encuentra que en la mayoría de los casos es adecuada: alrededor del 95% de los residuos de la región se lleva a rellenos sanitarios y el resto se dispone en botaderos a cielo abierto o es arrojado a los diferentes ecosistemas.

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

Manejo de residuos	Departamento (2008)	Ton/día	%	Rellenos sanitarios (%)	Botaderos a cielo abierto ó Disposición en sistemas inadecuados (%)
	Antioquia	3.713,00	25,39	84,80	15,20
	Boyacá	431,80	2,95	92,48	7,52
	Caldas	572,80	3,92	99,23	0,77
	Cundinamarca (incluida Bogotá)	6.986,80	47,77	99,30	0,70
	Huila	423,30	2,89	97,13	2,87
	Quindío	441,00	3,02	100,00	0,00
	Risaralda	416,00	2,84	100,00	0,00
	Santander	1.012,00	6,92	96,40	3,60
	Tolima	628,00	4,29	94,40	5,60
	Total	14.624,70	100,00	95,97	4,03

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

Este sector cuenta con grandes posibilidades 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. Un potencial mercado son las grandes industrias, dentro de su cadena productiva o como fuente energética.

9.5. Negocios Verdes en la Región Central³⁰

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 identifica la oferta regional por categorías de este tipo de negocios y las particularidades departamentales que favorecen su inclusión en esta zona del país.

9.5.1. Planes de acción de las autoridades ambientales³¹

La inclusión de la temática de Negocios Verdes en los planes de acción de las autoridades ambientales regionales 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.

Como se mencionó al comienzo de este documento, en la Región Central tienen jurisdicción 13 autoridades ambientales, para los nueve departamentos: CAR, CORPOGUAVIO, CORPOBOYACÁ, CORPOCHIVOR, CORANTIOQUIA, CORNARE, CORPOURABÁ, CAS, CARDER, CORPOCALDAS, CRQ, CORTOLIMA, y la CAM.

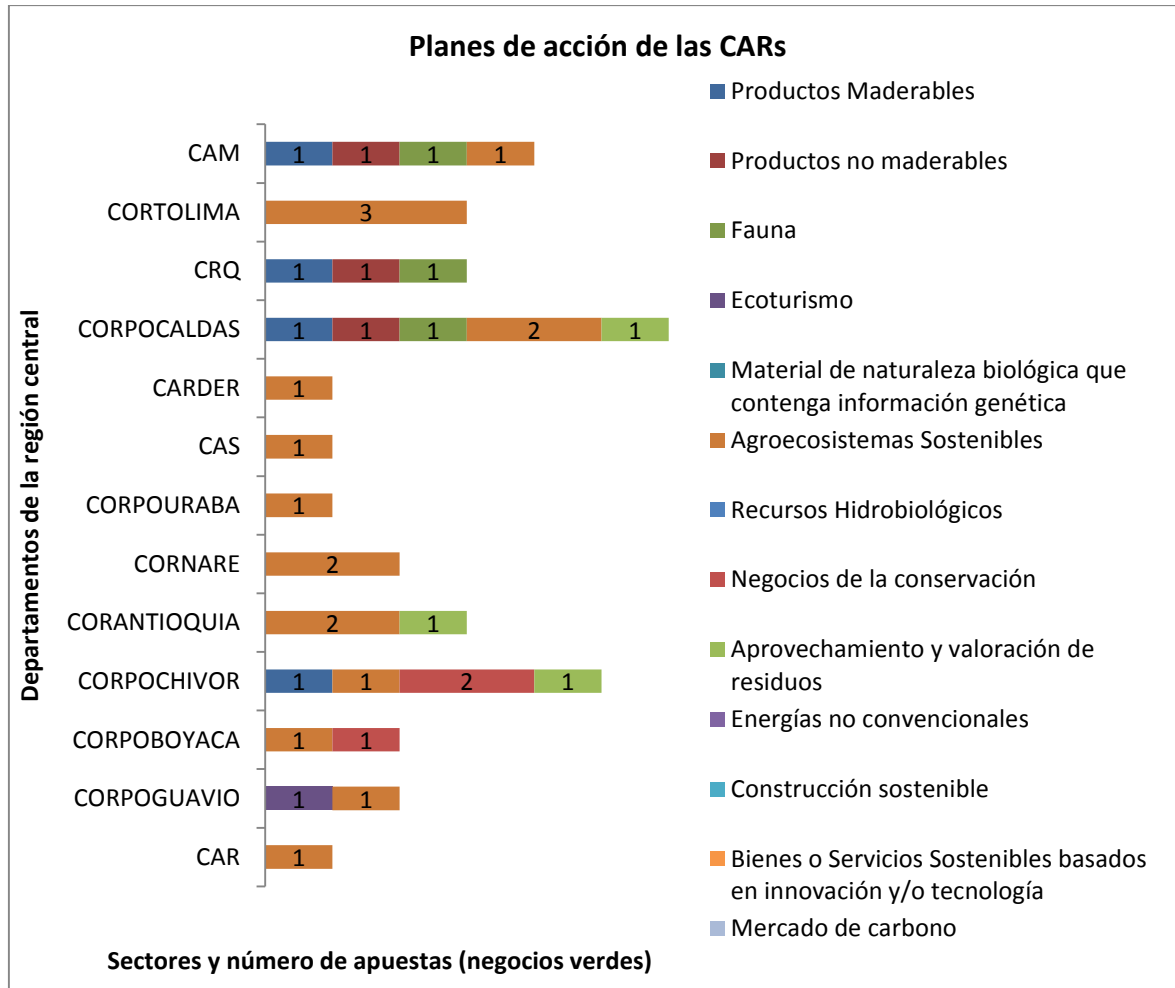
Dentro de los 13 planes de acción de estas autoridades ambientales consultados, se encontraron en total 34 proyectos relacionados con la promoción de Negocios Verdes, de los cuales 2 pertenecen a CORPOGUAVIO, 1 a la CAR, 2 a CORPOBOYACÁ, 5 a CORPOCHIVOR, 3 a CORANTIOQUIA, 1 a CORNARE, 1 a CORPOURABÁ, 1 a CAS, 1 a CARDER, 6 a CORPOCALDAS, 3 a CRQ, 3 a CORTOLIMA, y 4 a la CAM.

En cuanto a la clasificación de Negocios Verdes, en los 13 planes de acción analizados se encuentran proyectos relacionados con las categorías Aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y Ecoproductos industriales, como se observa en la Gráfica 12. La mayor parte de los proyectos presentados pertenece al sector Agrosistemas sostenibles, con 17 proyectos, seguido de Maderables con 4 proyectos, luego están No maderables, Fauna, Negocios para la restauración, Aprovechamiento y valorización de residuos con 3 proyectos cada uno, y, finalmente, 1 proyecto de Ecoturismo

³⁰ **Corporaciones Autónomas Regionales.** Planes de acción. **Gobernaciones departamentales.** Planes de desarrollo departamentales. **DNP.** Agenda interna para la productividad y la competitividad. 2007.

³¹ **DNP.** Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad. 2007.

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



Fuente: Datos Planes de acción CAR 2012-2015

9.5.2. 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.

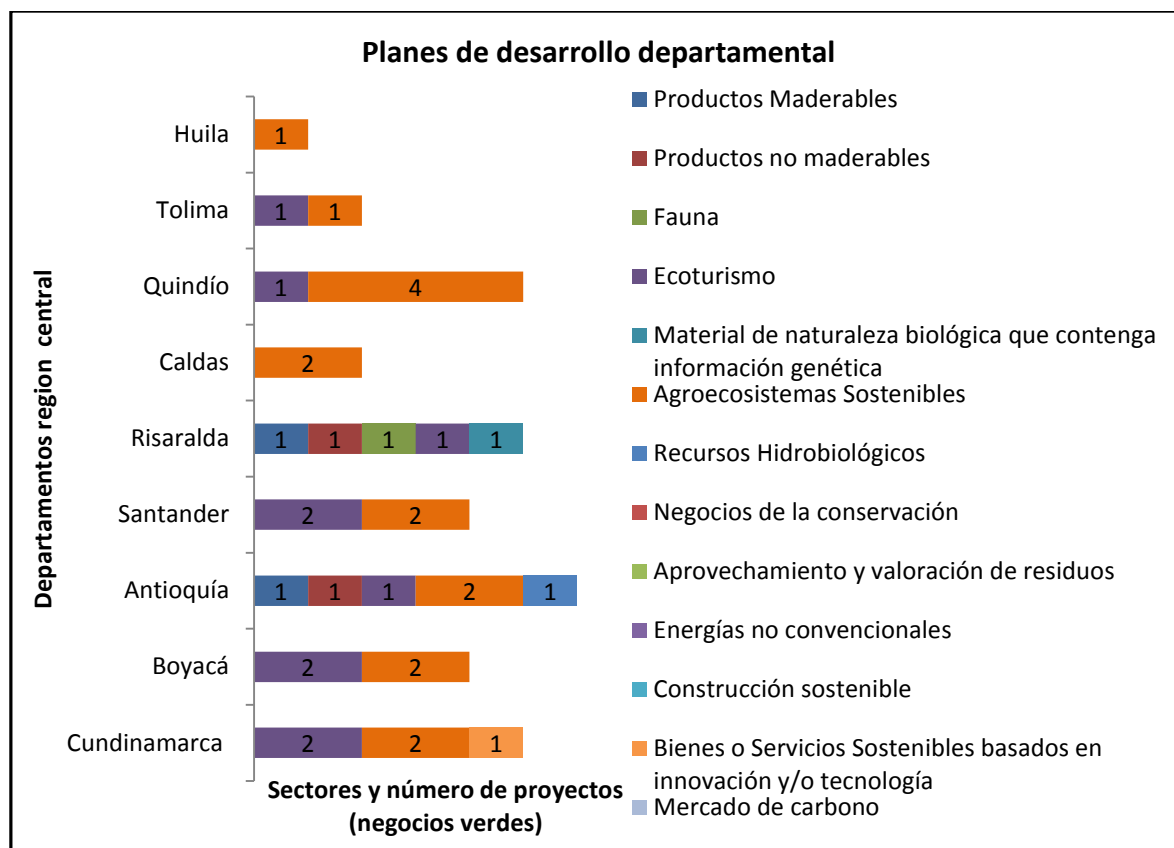
Dentro de los planes de desarrollo departamentales consultados (Cundinamarca: “Calidad de vida”; Boyacá: “Boyacá se atreve”; Santander: “Santander en serio”; Risaralda: “Risaralda, Unida, incluyente y con resultados”; Antioquia: “Antioquia la más educada”; Caldas: “Unidos por Caldas”; Tolima: “Unidos

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

por la grandeza del Tolima”; Huila: “Haciendo el cambio en el Huila”) se identificaron en total 34 proyectos o subprogramas relacionados con el desarrollo de Negocios Verdes, y de ellos, 6 pertenecen al departamento de Antioquia, 5 a Risaralda, 5 a Quindío, 5 a Cundinamarca, 4 a Santander, 4 a Boyacá, 2 a Caldas, 2 a Tolima, y 1 al departamento del Huila.

La mayor parte de los proyectos se encuentra en la categoría Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales, principalmente en el sector Agrosistemas sostenibles con 16 proyectos, seguido de Ecoturismo con 10 proyectos. La Gráfica 13 muestra la distribución de estos proyectos, por sectores de la clasificación de los Negocios Verdes, dentro de los planes de desarrollo de cada departamento.

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



Fuente: Datos Planes de desarrollo departamentales 2012-2015

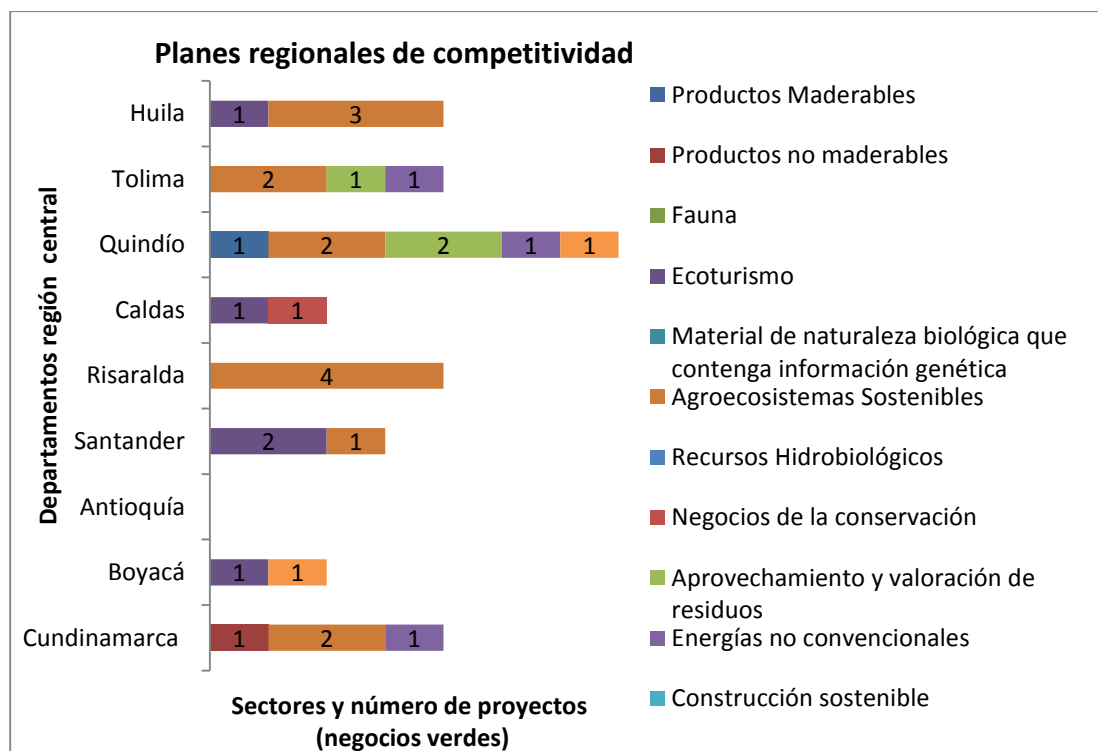
9.5.3. Planes regionales de competitividad

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 9 planes regionales de competitividad consultados, se identificaron en total 30 proyectos relacionados con el desarrollo de Negocios Verdes; de estos, 4 pertenecen al departamento de Cundinamarca, 7 a Quindío, 4 a Huila, 4 a Risaralda, 3 a Santander, 2 a Bogotá, 4 a Tolima, 2 a Caldas y ninguno al departamento de Antioquia.

De la misma manera que en los elementos de planeación nombrados anteriormente, la mayor parte de los proyectos se encuentra dentro de la categoría Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales, principalmente en el sector Agrosistemas sostenibles con 14 proyectos, seguido por Ecoturismo con 8 proyectos. 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 en los planes regionales de competitividad relacionados con Negocios Verdes, según sectores en la Región Central



Fuente: Datos Planes Regionales de Competitividad 2009

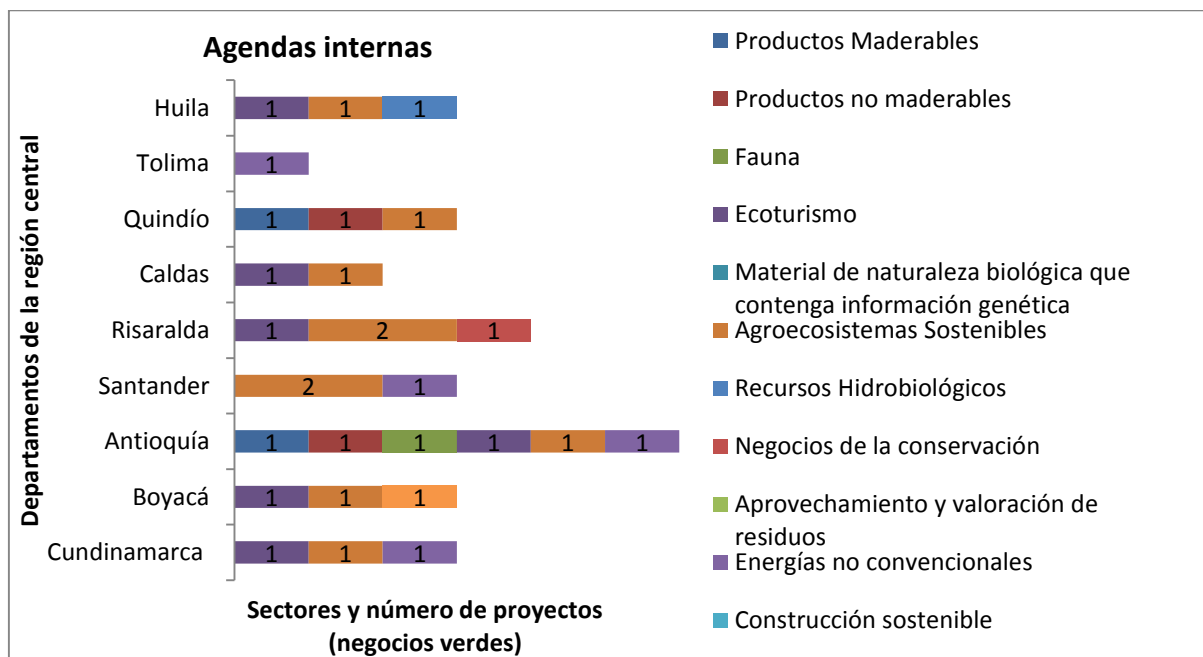
9.5.4. Agendas Internas (Apuestas productivas)

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.

De los 9 documentos consultados para los departamentos de la región, se evidenció un total de 28 proyectos o apuestas productivas relacionados con el desarrollo de Negocios Verdes; de estos, 6 pertenecen al departamento de Antioquia, 3 a Huila, 3 a Quindío, 3 a Santander, 4 a Risaralda, 3 a Cundinamarca, 2 a Caldas, 3 a Boyacá y 1 a Tolima.

Con respecto a la distribución dentro de las categorías de Negocios Verdes (Gráfica 15), la mayor parte de las apuestas productivas se orientan a Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales. En esta categoría, dentro del sector Biocomercio (subsectores Productos maderables, No maderables y Fauna) se identifican 11 apuestas distribuidas dentro de estos subsectores. El sector Agrosistemas sostenibles cuenta con 10 apuestas. 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 de Negocios Verdes en la Región Central



Fuente: Datos agenda interna para la productividad y la competitividad 200

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

Tabla 14. Apuestas productivas regionales, Agendas internas

DEPARTAMENTOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS	APUESTA
Bogotá - Cundinamarca	Agroindustria	MEGAPROYECTO: La meta para el 2015 es exportar US\$1.500 millones en frutas, hortalizas y hierbas aromáticas, 70% procesadas y 30% en fresco, y contar con 60.000 ha. de cultivos certificados en producción limpia y orgánica.
	Sectores promisorios	Biocombustibles: Desarrollar un estudio de factibilidad técnico, económico y financiero para el montaje de una planta agroindustrial de producción de alcohol carburante a partir de la caña de azúcar en el municipio de Guaduas, que beneficie también al de Chaguaní y a parte de los municipios de la provincia del Gualivá, en el departamento de Cundinamarca.
Boyacá	Artesanías	Ser uno de los principales productores y comercializadores de artesanías en el contexto nacional, con orientación a los mercados internacionales.
	Turismo	En el año 2025 Boyacá será el principal destino ecoturístico, histórico, cultural y de naturaleza del país.
Antioquia	Agroindustria	Aumentar la producción nacional de caucho natural para suplir la demanda interna. El cultivo del caucho es una alternativa de empleo y de ingresos para las comunidades rurales marginadas, por lo que ha recibido el apoyo del gobierno nacional y está entre los sectores priorizados por el departamento.
Tolima	Agroindustria	Biocombustibles: Convertir al Tolima en el segundo productor nacional de alcoholes carburantes a partir de la yuca y la caña.
Huila	Agroindustria	Convertir al Huila en el primer productor agroindustrial de base tecnológica en cafés especiales.
	Servicios	Convertir al departamento en el primer destino de turismo ecológico y cultural para el mercado doméstico y el internacional.
Santander	Especies maderables	En 2020, consolidar a Santander como la primera región agroforestal del país que hará uso adecuado del suelo y fomentará encadenamientos productivos de alta competitividad. Se promoverá la siembra, el mejoramiento y la renovación de cultivos para incrementar la producción de cacao, palma de aceite, frutas (cítricos, guayaba, mora, aguacate, piña), caña, forestales y caucho. Con este fin, se avanzará en la reglamentación del uso del suelo para cultivos y se comprometerá a las entidades territoriales, a la academia, a los empresarios y a la población mediante esquemas

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

DEPARTAMENTOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS	APUESTA
		<p>asociativos. La Apuesta promoverá asimismo la generación y apropiación de conocimiento a través de procesos de investigación y desarrollo que le den valor agregado a la producción.</p> <p>Caucho: Como parte de la meta anterior, aumentar el área de siembra de caucho en 1.000 ha. anualmente, para llegar a 20.000 ha. en el 2020 (en 2004 el área sembrada era de 1.200 ha.), a fin de satisfacer el mercado nacional e iniciar exportaciones a partir del 2015.</p>
Risaralda	Agroindustria	Mercados Verdes. En 2017 Risaralda será líder nacional en la producción y comercialización de productos para mercados verdes, con un 80% de su producción destinada al mercado nacional y un 20% al internacional.
Risaralda	Agroindustria	<p>Cafés especiales: En 2017 Risaralda será el cuarto productor nacional y el primero del Eje Cafetero en cafés especiales. Las exportaciones pasarán de 12.000 sacos en el 2004 a 60.000 sacos de café excelso en el 2017.</p> <p>Forestal - Guadua: En 2017 Risaralda tendrá conformado y operando un núcleo forestal productivo de 5.000 ha. de guadua, 80% para el mercado nacional y 20% para el internacional.</p>
	Servicios	Turismo: En 2017 el departamento, como parte de la zona conformada por el Eje Cafetero, el norte del Valle y Chocó, será reconocido en el escenario nacional e internacional como un destino turístico para el descanso, el ecoturismo, la aventura, el termalismo, la diversión y la salud.
Caldas	Agroindustria	<p>Café y cafés especiales: La producción y exportación de cafés especiales es una apuesta pertinente en la medida en que este tipo de producto es resultado de un proceso de generación de valor agregado, lo que incrementa el ingreso del productor. Otra ventaja que tiene su exportación es que no está sujeto a la variabilidad de los precios, presentando un comportamiento estable. De esta forma, la exportación de cafés especiales incrementa y estabiliza el ingreso del productor. Biocombustibles, plantas aromáticas (bioextractos).</p>
	Servicios	Turismo: Ofrecer servicios turísticos, con énfasis en la promoción del ecoturismo, el paisaje cultural cafetero, el termalismo y el agroturismo.

DEPARTAMENTOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS	APUESTA
Quindío	Agroindustria	Consolidación de la cadena productiva de agroindustria, con énfasis en producción limpia, buenas prácticas de manufactura y trazabilidad para mercados internacionales. Desarrollo y comercialización nacional e internacional de cafés sostenibles y subproductos del café. Procesos de desarrollo forestal de maderables, no maderables y bienes y servicios ambientales, con énfasis en guadua y subproductos. Cítricos y frutales de clima frío. Flores y follajes exóticos.

Fuente: Datos Agendas internas regionales

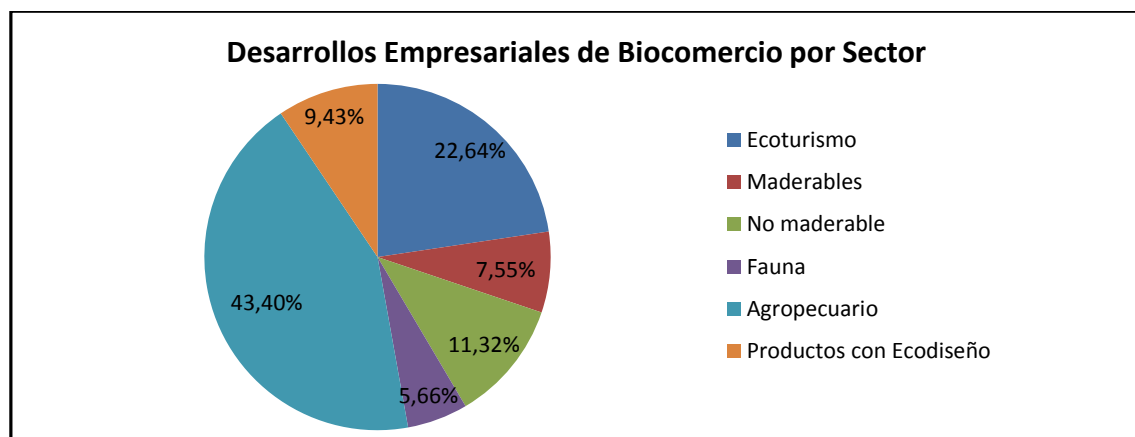
9.5.5. Identificación de la oferta regional de productos en Negocios Verdes

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 (2012)”, en el cual se detallan las especies y departamentos con mayor producción.

9.5.5.1. Empresas de biocomercio

Con respecto a las empresas relacionadas con los Negocios Verdes, la mayor tendencia se encuentra dentro del sector Agropecuario, con el 43,4%, (23 empresas), seguido por ecoturismo 22,64% (12 empresas); los demás sectores identificados son: Productos maderables, No maderables, Fauna y Productos con ecodiseño. Así se muestra en la Gráfica 16.

Gráfica 16. Empresas de biocomercio por sectores de la Región Central



Fuente: Datos Fondo Biocomercio, 2012

9.5.5.2. *Ingredientes naturales de origen nativo*

Para uso alimenticio: Con respecto a las áreas de generación de productos nativos para uso alimenticio, en la Región Central se cuenta con un total de 71.744 ha. dedicadas a estos cultivos; cabe destacar que el 51,19% de estas áreas se encuentra en el departamento de Santander, el 16,01% en Antioquia, el 10,2% en el Tolima y el 22,6% restante del área se distribuye entre los otros departamentos del territorio.

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

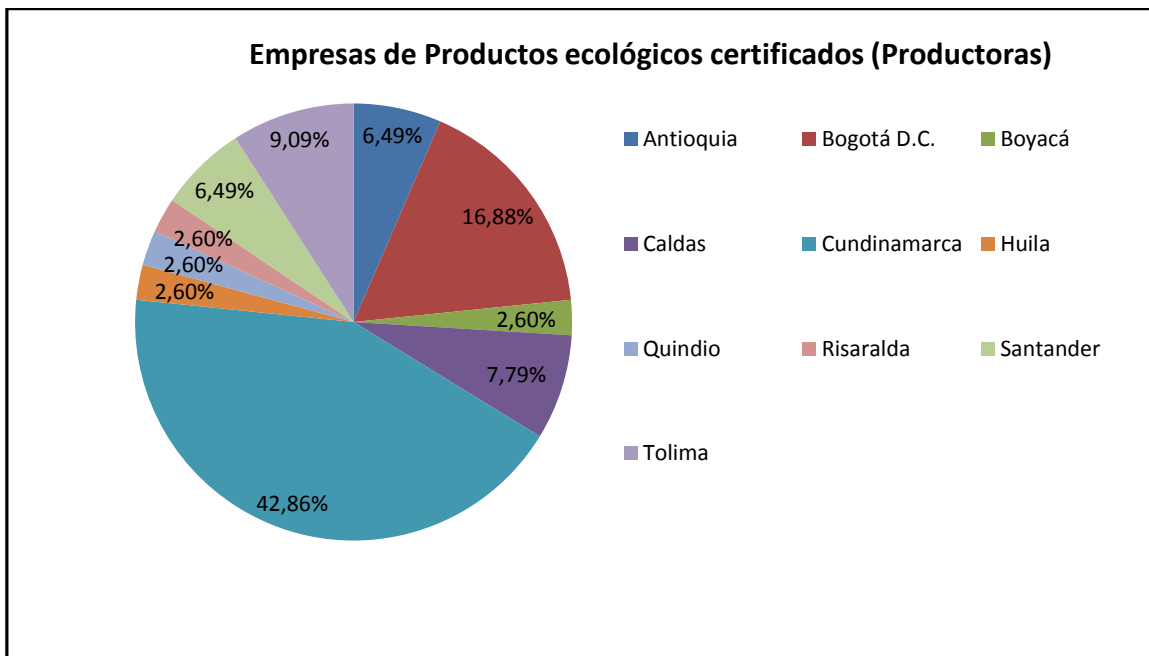
Departamento	Área (Ha)	%
Antioquia	11.484	16,01
Boyacá	2.361	3,29
Caldas	2.204	3,07
Cundinamarca	3.660	5,10
Huila	6.911	9,63
Quindío	80	0,11
Risaralda	1000	1,39
Santander	36.728	51,19
Tolima	7.316	10,20
Total Regional	71.744	100,00%

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

9.5.5.3. *Productos ecológicos certificados*

A esta categoría pertenecen todas las empresas con una certificación ecológica vigente, dedicadas a la producción, transformación y comercio de materias primas agrícolas o pecuarias. En la región el número de empresas generadoras de productos ecológicos certificados asciende a 77, valor que corresponde al 61,6% del total nacional (125 empresas). El departamento con mayor concentración es Cundinamarca, con 46 empresas, incluida Bogotá, seguido de Tolima y Caldas, con 7 y 6 empresas, respectivamente.

Gráfica 17. Empresas con certificación ecológica en la Región Central 2011



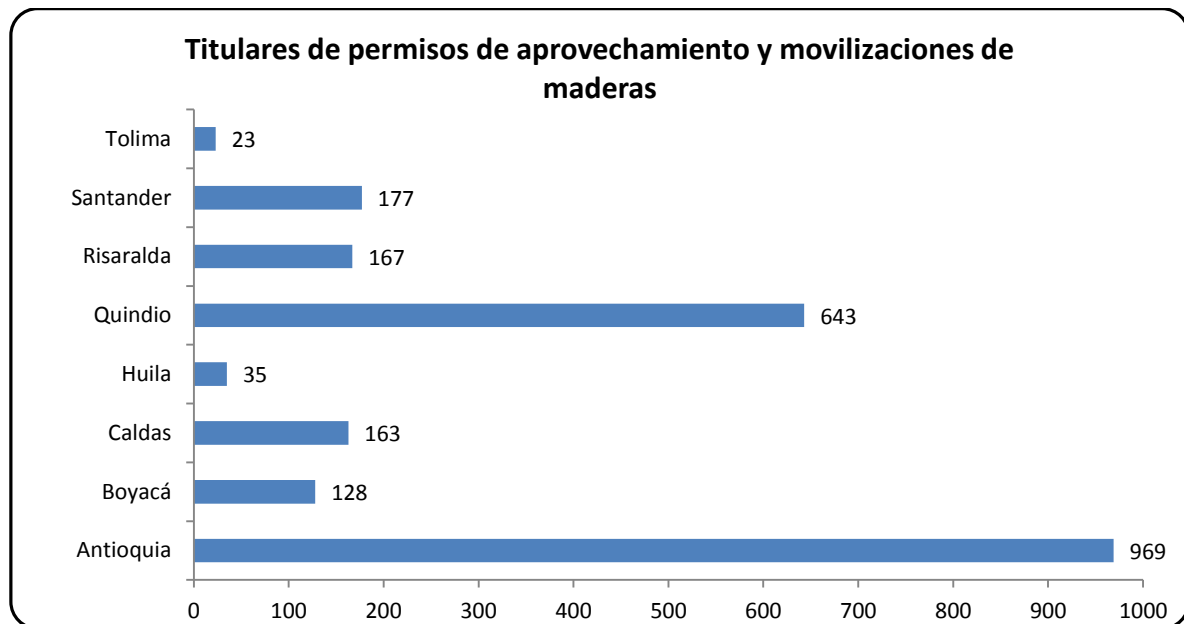
Fuente: Datos Informe final Identificación de desarrollos empresariales de biocomercio en Colombia (2012)

9.5.5.4. Productos naturales maderables

Para esta subcategoría se toma en cuenta el registro de permisos de 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.

En la Región Central tiene un gran porcentaje de los titulares de dichos permisos; entre los 9 departamentos se reportan 2.305, lo que corresponde al 47,42% del valor nacional (4.860 titulares). Los departamentos que cuentan dentro de su jurisdicción con mayor número de títulos otorgados son Antioquia (42%) y Quindío (27,9%). Estos departamentos concentran la mayor cantidad de actores dedicados a la actividad de explotación legal de especies maderables derivadas de la flora nativa, lo cual también guarda estrecha coherencia con una mayor demanda de permisos de aprovechamiento forestal. No existen datos de este ítem para Bogotá y el departamento de Cundinamarca.

Gráfica 18. Oferta en productos maderables en la Región Central

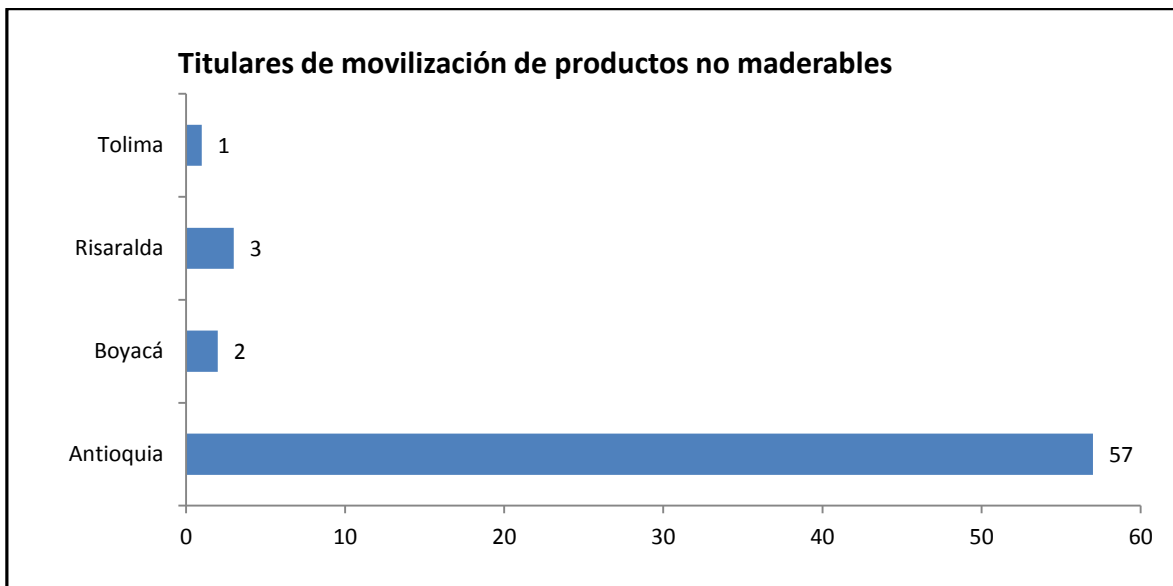


Fuente: Datos Informe final Identificación de desarrollos empresariales de biocomercio en Colombia (2012)

9.5.5.5. *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. La región cuenta con 63 titulares de movilización de Productos no maderables, lo que representa el 26,69% de la oferta nacional (236 titulares); la mayor parte se concentra en Antioquia (90,48%).

Gráfica 19. Oferta en Productos no maderables en la Región Central

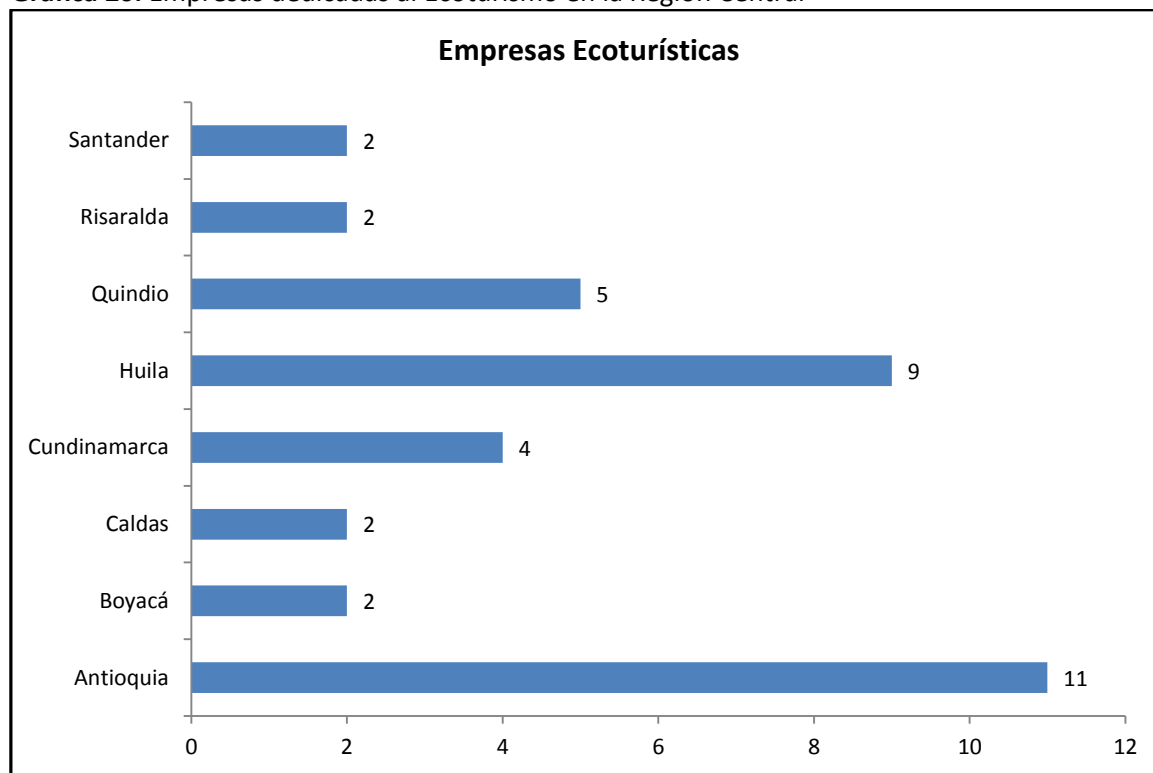


Fuente: Datos Informe final Identificación de desarrollos empresariales de biocomercio en Colombia (2012)

9.5.5.6. 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 Central hay 37 de ellas, lo cual representa el 50,68% de la oferta nacional (73 empresas); el 29,7% se encuentra en Antioquia (11 empresas) y el 24,32% en Huila (9 empresas), como lo muestra la Gráfica 20. La región ofrece un total de 19 destinos, es decir, el 51,35% del valor nacional, que es de 37; el 47,37% de los destinos identificados en la región está en Quindío y Cundinamarca. No existen datos de este ítem para Bogotá y los departamentos de Antioquia y Tolima.

Gráfica 20. Empresas dedicadas al Ecoturismo en la Región Central



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

9.5.6. 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.

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

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

Agroindustria		Ecoturismo
Antioquia	Las 6.250.000 ha. del departamento se clasifican, según aptitudes, así: Agricultura: 676.000 ha. (10,8% del territorio); Ganadería: 867.000 ha. (13,8%); Agroforestal: 2.352.000 ha. (37,6%); Forestal: 1.725.000 ha. (27,6%); Conservación: 595.000 ha. (9,5%); Otros: 35.000 ha. (0,7%).	Ruta Oriente, Naturaleza y embalses: Esta ruta articula paisajes, embalses y ríos, además de monolitos de gran tamaño y significado. Es un rico conjunto de patrimonios naturales y ambientales para el desarrollo de actividades ecoturísticas y lúdico-recreativas.
	En el ranking nacional, según cifras de la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) 2011, el departamento es el primero en inventario ganadero y en producción de leche.	Ruta Norte, Atractivos naturales: Corregimiento de Ovejas, Alto de Montefrío, Monumento del Santo Cristo, caminos prehispánicos, monolito Piedra del Peñol, Quebrada La Pontezuela, Reserva Natural Chupadero Los Salados, Sendero Ecológico Mirador de La Torre, Cascada de La Montañita, Páramo de Belmira, Cascada de El Yermal, Cascada de Las Golondrinas, Río Chico.
	Antioquia tiene cerca de 483.000 ha. en cultivos, 21% transitorios y 79% permanentes.	Ruta Occidente: Filigrana de Santa Fe de Antioquia (artesanías). La filigrana es una técnica orfebre que consiste en fabricar finos hilos con metal precioso y hacer trabajos delicados en joyería; en algunos casos se combina con artesanías que involucran fibras naturales del departamento. Esta ruta busca resaltar esa tradición de la comunidad local en orfebrería y artesanías.
	Los principales 26 productos del departamento, por área cultivada, son en hectáreas cosechadas: Papa (43.000), caña panelera (22.796), maíz (16.046), café (11.662), frijol (7.698), arveja (7.392), caña miel (5.121), trigo (4.242), cebolla junca (4.237), cebolla bulbo (4.153), caducifolios	El sector artesanal presenta un crecimiento débil e incierto debido a su falta de organización y de asociatividad, a pesar de considerarse como uno de los de mayor representatividad a nivel nacional e internacional y de exhibir en los años

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

	(3.101), yuca (2.645), zanahoria (1.875), guayaba (1.677), cacao (1.300), curuba (1.186), tomate (912), tabaco (1.250), lulo (607), arracacha (569), tomate de árbol (389), mora (367), pitahaya (151), uchuva (128), breva (96), fresa (41).	recientes mejores condiciones de productividad, especialmente en cerámica, talla de carbón, fique, tejeduría, ebanistería y cestería, entre otro.
	El uso es de 928.487 ha., de las cuales 148.487 están dedicadas a cultivos y 780.000 a pastos para ganadería.	
Risaralda	Risaralda posee el 46% de su territorio, unas 165,934 ha., en cobertura forestal (incluyendo plantaciones forestales).	Cuenta con 5 Parques Regionales Naturales, 11 Parques Municipales Naturales, 2 Áreas de Manejo Especial de Comunidades Étnicas, 2 Parques Nacionales Naturales y 1 Santuario de Flora y Fauna.
	Para el año 2006 el 46,2% del territorio departamental presentaba cobertura boscosa. Cerca del 30% estaba dedicado a cultivos semipermanentes o permanentes, 26% a pastos, 4% a vegetación natural arbustiva (rastroy, vegetación de páramo, entre otras); el 1,4% restante no poseía cobertura vegetal (suelos urbanizados y suelos desnudos).	
Agroindustria		Ecoturismo
Huila	El sector agrícola sustenta su producción en frutales y cultivos anuales, transitorios, semipermanentes y permanentes. En el año 2009, según el anuario estadístico agropecuario del Huila, se cultivaron 223.946 ha., que corresponden al 12% de la superficie del departamento.	Varios de los ecosistemas presentes en el Huila están incluidos dentro de los de mayor diversidad en Colombia, como sucede con el Páramo de Oseras, considerado el segundo centro biogeográfico en importancia de la Cordillera Oriental (Cleef, 1997, citado por CAM et al., 2009).
	Entre los cultivos anuales, el de mayor área es la yuca (3.844 ha.), mientras que, en el caso de los transitorios, los de mayor extensión son arroz con riego (17.758 ha./semestre), maíz tradicional (7.418 ha.), frijol tecnificado (7.904 ha.), maíz tecnificado (7.061 ha.) y frijol tradicional (3.029 ha.).	Miraflores: Está entre Huila y Caquetá, en el extremo sur de la Cordillera Oriental, entre 3.300 y 3.470 msnm, con una extensión de 2.903 ha. En su interior se encuentra el Parque Regional Natural Cerro Páramo de Miraflores
	Frutales: Granadilla (3.275 ha.), maracuyá (1.676 ha.), banano (1.673 ha.), mora (1.504 ha.) y cítricos (1.146 ha.).	Nevado del Huila - Moras: Se ubica en la parte norte del Macizo Colombiano, en Tolima, Cauca y Huila, y ocupa 67.966 ha. El 76,1% (51.700 ha.) está en el Parque Nacional Natural Nevado del Huila.
	En el subsector bovino se usan 733.868 ha. (38,72% de la superficie del Huila), superficie que se incrementó en 11.796 ha. (1,6%) respecto al	Guanacas - Puracé - Coconucos: Es el más extenso de los complejos de páramos del

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

Cundinamarca	año 2004, con un total de 463.149 cabezas de ganado.	Macizo Colombiano, con 72.350 ha. Se emplaza en Cauca y Huila, en altitudes entre 3.350 y 4.640 msnm. En él se encuentra el Parque Nacional Natural Puracé.
	La piscicultura ocupa un lugar estratégico en la producción del Huila, con 447 ha. en espejo de agua para producción en estanques y 12,47 ha. en jaulones en la Represa de Betania.	
	Para el caso específico de la Regional Gualivá y Magdalena Centro se consideraron como agroindustria los siguientes renglones: Beneficio de café, producción de panela (en los trapiches), la avicultura y la porcicultura.	Toda la región tiene un potencial alto para el desarrollo turístico, por las ventajas comparativas que tiene, entre las cuales se destacan la variedad del paisaje y climas, la infraestructura vial y la cercanía a Bogotá y a Medellín.
	La avicultura y la porcicultura se concentran en el área de influencia de los dos ejes viales principales (por la facilidad de transporte tanto del producto como de los insumos), y específicamente en los municipios de San Francisco, La Vega, Albán, Sasaima, Guayabal, Villeta y Guaduas.	
	La ganadería es la principal actividad por extensión (142.000 ha. dedicadas a pastos, que equivalen al 35% del territorio), con posibilidades de modificación bajas debido al fuerte arraigo de la actividad extensiva. Es importante económicamente para la región pero ineficiente ambientalmente.	
	Piscicultura: El desarrollo de esta actividad se puede dividir en dos categorías. La piscicultura tradicional (pesca) en el río Magdalena, durante todo el año, pero principalmente en los meses de enero, febrero y marzo, en la temporada de subienda, con centro de comercialización en Puerto Bogotá - Honda. En la zona media y alta ha tomado gran impulso la piscicultura comercial, mediante el establecimiento de estanques para el cultivo de especies como mojarra, cachama y trucha.	
	La explotación forestal no es significativa en la economía de la región (lo fue hasta hace unos 20 años). En la actualidad solo quedan unas 12.000 ha. en bosques factibles de explotar.	

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

Agroindustria		Ecoturismo
Tolima	Es el principal departamento productor de arroz, ya que concentra aproximadamente el 30% de la siembra, lo cual equivale a 115.653 ha., con una producción aproximada de 836.920 toneladas anuales.	El circuito del norte del departamento se caracteriza por su oferta cultural en la modalidad de historia. Honda se promociona para la declaratoria ante la UNESCO como Patrimonio Histórico de la Humanidad; los centros históricos y la arquitectura propias del siglo XVIII y XIX de Mariquita y Ambalema los convierten en monumentos de interés nacional y polos de desarrollo turístico. En esta zona norte no se ha aprovechado el potencial ecoturístico. Es importante, teniendo en cuenta lo anterior, crear estrategias que estimulen esta actividad, identificando zonas naturales únicas que complementen su atractivo histórico.
	En el Tolima el componente ganadero cimienta su producción en 673.294 bovinos, distribuidos en 1.169.557 ha. de pasto; esto corresponde al 3,0% del territorio colombiano dedicado a la ganadería, participando con el 2,9% del hato colombiano y ocupando el puesto 14 en el inventario nacional (Fedegán, 2011).	
	13 municipios del departamento se están dedicando a la producción panelera, como, por ejemplo, Mariquita, Ibagué, Alvarado y Rio Blanco, hasta llegar a Chaparral, en donde se producen aproximadamente entre 60.000 y 70.000 toneladas al año.	
	Para el año 2010, según el censo de productividad del Tolima, existían 4.373 estanques y la producción de pescado era de 4.419 toneladas, distribuidas de la siguiente forma: Tilapia 3.240 toneladas y cachama 893 toneladas.	Especializado en productos de aventura y el contacto con la naturaleza a través del ecoturismo, se ha conformado el Circuito del Sur Oriente; integra a los municipios de Melgar, como epicentro de servicios y actividades, con Cunday, Carmen de Apicalá, Prado y Flandes, que consolidan esta oferta con sus atractivos y escenarios competitivos. Estos municipios cuentan con infraestructura hotelera y de servicios para estas actividades.
	En el Tolima, el 22% de los 23.562 Km ² de extensión del departamento se encuentra actualmente con cobertura vegetal boscosa.	
Santander	De los 87 municipios de Santander, en 52 la población rural es mayor al 70%. El 58% con edades entre los 15 y 60 años, es decir, población económicamente activa. Se estima que Santander en la actualidad tiene una producción de 300.000 ha., de las cuales 200 mil son de cultivos permanentes y el resto de cultivos anuales y transitorios.	Parque Nacional de Chicamocha: Inaugurado en diciembre del 2007, es un gran complejo de alternativas de diversión para visitantes Parque El Gallineral: Majestuosa reserva natural ubicada en el delta formado por la quebrada Curití, al entregar sus aguas al río Fonce; es una de las insignias de San Gil por la hermosura y variedad de plantas que posee el parque.

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

	<p>Palma aceitera: 60.000 ha., 1.057 productores tecnificados.</p> <p>Cítricos: 10.000 ha., 1.282 productores tecnificados, 1.013 tradicionales, 453 productores de limón Tahití.</p> <p>Maíz: 40.000 ha. Productores: 1.065 de maíz anual tradicional, 13.361 de maíz amarillo tradicional, 2.956 de maíz amarillo tecnificado.</p> <p>Mora: 1.500 ha., 1.179 productores tecnificados, 1.099 tradicionales.</p> <p>Caña panelera: 25.000 ha., 7.459 productores tecnificados, y 4.534 tradicionales.</p>	<p>Laguna de los Ortices - Municipio San Andrés: Es una de las tres lagunas naturales localizadas en clima cálido de Latinoamérica. Su belleza natural y su espectacular paisaje, sumados a la amabilidad y la hospitalidad de la gente que habita el corregimiento, la hacen un destino de características inigualables.</p>
		<p>Santuario de Fauna y Flora Guanentá Alto Río Fonce: Se encuentra ubicado en la Cordillera Oriental. Su superficie hace parte de los departamentos de Boyacá y Santander. Se ubica en las cercanías de los municipios de Encino, Charalá, Gámbita, Duitama y Sogamoso.</p>

Fuente: Datos Agenda interna para la productividad y la competitividad 2007

Agroindustria		Ecoturismo
Santander	<p>Piña: 8.000 ha., 4.074 productores tecnificados.</p> <p>Tabaco: 6.000 ha. cultivadas, 8.000 productores.</p> <p>Caucho: 5.000 ha., 291 productores tecnificados. Cultivo promisorio pues existen tierras óptimas para siembra de 400.000 ha.; este año se espera sembrar 2.000 ha. y lo programado para los próximos 5 años es sembrar 16.000 ha.</p> <p>Guayaba: 10.000 ha., 270 productores tecnificados, 7.315 tradicionales.</p> <p>Cacao: 45.000 ha. sembradas, 976 productores tecnificados y 17.128 tradicionales; se producen 22.000 ton/año.</p>	<p>Parque Nacional Natural Serranía de los Yariguíes: Comprende alrededor de 500.000 ha., de las cuales el 38% permanece intacto como bosque primario, el 26% tiene cultivos y el restante 35% es de pastizales. Hasta el momento las investigaciones realizadas han confirmado al parque como el hogar de 300 especies de aves, algunas endémicas de la región; entre estas se destacan la perdiz santandereana, el paujil de pico azul y el gorrión montés de los Yariguíes.</p>
		<p>Tona es particularmente conocido en Santander por ser uno de los municipios con la mayor fuente hídrica para el disfrute de agua potable de los habitantes del área metropolitana de Bucaramanga y es, además, una verdadera atracción turística. Sus construcciones urbanas tienen una clara influencia española; es un lugar tranquilo con un paisaje sensacional; por sus calles se respira tranquilidad y paz, circunstancias ideales para invitar al descanso.</p>
		<p>El municipio de Suratá hace parte de un complejo lagunar de alta montaña, localizado</p>

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

		<p>sobre la cordillera oriental, compartido con los municipios de Tona, Vetás, California y Charta. Específicamente, la zona de lagunas del municipio de Surata se localiza en el Páramo de Monsalve e integra tres corregimientos.</p> <p>Cañón del Chicamocha: Santander le ofrece al mundo uno de los lugares más imponentes y majestuosos por la profundidad del cañón y la fascinación que genera su paisaje. Estuvo entre los 261 lugares nominados para elegir las Siete Maravillas Naturales del Mundo.</p>
--	--	---

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.	
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.	Fortalecimiento demanda (consumidores).
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: - Incrementar la competitividad de los productos de Negocios Verdes.	y Fortalecimiento oferta

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

	<ul style="list-style-type: none"> - Generarle valor agregado a los productos de Negocios Verdes. - Permitir la diferenciación en el mercado. - Facilitar la apropiación y adaptación local del conocimiento (investigación, tecnología, innovación). 	(productores/empresas).
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.	<p>Desarrollar un sistema de información Regional/Nacional de Negocios Verdes que cumpla las siguientes funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.	<p>Fortalecer las capacidades de gestión y formación técnica/profesional de los actores de la oferta con el fin de promover:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Su desarrollo empresarial. - La implementación de una producción competitiva. <p>La Investigación y la innovación orientadas a los Negocios Verdes.</p>	

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

Tabla 18 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.

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

SELLOS: AMBIENTAL COLOMBIANO, ALIMENTO ECOLÓGICO Y TURISMO SOSTENIBLE	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 (demanda y oferta) regional, nacional e internacional.	Una campaña de promoción y sensibilización creada e implementada.	MADS, MADR, Cámaras de Comercio y SENA.	Corto y continuo.
	5. Incentivar la participación de la empresa privada regional.		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)
SELLOS: AMBIENTAL COLOMBIANO, ALIMENTO ECOLÓGICO Y TURISMO SOSTENIBLE	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 19. Línea Estratégica de Intervención N° 2: Política y normatividad

Objetivos: 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.					
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)
INTERÉS POLÍTICO	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.
BIOTECNOLOGÍA	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.
ACCESO A RECURSOS GENÉTICOS	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.	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.

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

	5. Definir mecanismos técnicos, administrativos y legales para la distribución justa y equitativa de beneficios para el acceso al recurso genético.	Interpretación unificada de la norma por parte de los actores.	Mecanismos técnicos, administrativos y legales definidos.	MADS, Autoridades Ambientales Regionales y ONG.	Corto.
APROVECHAMIENTO BIODIVERSIDAD	6. Elaborar y difundir herramientas (manuales, guías) de procedimientos sobre la implementación de la normatividad ambiental (protocolos, permisos) en diferentes sectores que aprovechan la biodiversidad. 7. Establecer condiciones claras para los productos no maderables del bosque, que estén acordes con el uso sostenible de los mismos.	Protocolos de uso y aprovechamiento sostenibles de la biodiversidad reglamentados. Claridad y transparencia en los permisos de aprovechamiento solicitados.	Nº de herramientas elaboradas y difundidas.	MADS, Autoridades Ambientales e institutos de investigación.	Corto.
COMPETENCIA ILEGAL	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.
CONOCIMIENTO TRADICIONAL	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

10.3. Plan de acción: Ciencia, tecnología e innovación

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

Objetivos: 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"> • Incrementar la competitividad de los productos de Negocios Verdes. • Generarle valor agregado a los productos de Negocios Verdes. • Permitir la diferenciación en el mercado. • Facilitar la apropiación y adaptación local del conocimiento (investigación, tecnología, innovación). 					
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)
ARTICULACIÓN CON NECESIDADES DE MERCADO	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.
IDENTIFICACIÓN DE INVESTIGACIONES Y TECNOLOGÍA EXISTENTE	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	Documento con la investigación recopilada.	MADS, entes académicos regionales, institutos de investigación y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto y continuo.
	3. Socializar con el sector privado las investigaciones identificadas por medio de su publicación en las páginas web de las entidades aliadas.	por parte de los centros de investigación, Colciencias y academia, entre otros.	Publicación del documento con la investigación recopilada en la página web.		

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	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.
	5. Desarrollo de agendas tecnológicas por sectores de Negocios Verdes.		Nº de agendas tecnológicas por sectores de Negocios Verdes creadas.		Mediano y largo.
	6. Generar la línea base de especies regional con potencial para los Negocios Verdes.		Documento de línea base de especies regional desarrollado.		Corto.
TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO	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.
CONOCIMIENTO TRADICIONAL	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

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

Tabla 21. Línea Estratégica de Intervención N° 4: Recursos/incentivos económicos y financieros

Objetivos: 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.					
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)
ACCESO A RECURSOS FINANCIEROS	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. Creación de líneas de financiación de fomento específicas para 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.		Nº de convocatorias regionales realizadas.	SENA y Autoridades Ambientales Regionales.	Corto.

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

	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.		
COOPERACIÓN	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.
INCENTIVOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS	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.
SOSTENIBILIDAD PRNV	<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) 10. Diseñar una estrategia financiera para la implementación del PRNV.	Sostenibilidad financiera del PRNV.	Nº de entidades que han incluido el PRNV en sus planes de acción. Estrategia Financiera diseñada e implementada.	Ventanilla 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 22. 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"> • Crear e implementar actividades para articularse a las estrategias de comercialización identificadas. 	Estrategias de comercialización en las regionales identificadas y articuladas.	Documento con las estrategias identificadas. N° de actividades implementadas para articularse con las estrategias de comercialización identificadas.	Ventanilla Negocios Verdes y Autoridad Ambiental Regional.	Corto y mediano.
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN REGIONAL/NACIONAL	<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 regionales de Negocios Verdes en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.	N° 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		N° de convenios con grandes superficies creados.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales (Alcaldía,	Corto.

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

	especializadas, codificaciones gratuitas, pago a corto plazo y más de un sector de Negocios Verdes.			Gobernación) y Cámara de Comercio.	
	<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.
	<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.		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.	Incremento en la participación de productos regionales de Negocios Verdes en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.	Documento de estrategias regionales diseñadas.	MADS, Ventanilla Negocios Verdes y entes territoriales.	Corto.
			Nº de productos verdes regionales gestionados.		
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.	Mediano y Largo.

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

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.	Mediano.
					Corto.

Fuente: CAEM, 2013

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

Tabla 23. Línea Estratégica de Intervención N° 6: Coordinación y articulación institucional/sectorial

Objetivos: 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)
VENTANILLA DE NEGOCIOS VERDES	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.
ARTICULAR LOS NEGOCIOS VERDES CON LAS COMISIONES REGIONALES DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN (o quien haga sus veces)	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 implementada; 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.				
COORDINACIÓN Y ARTICULACIÓN SECTORIAL/ INSTITUCIONAL DE NEGOCIOS VERDES	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.	Los Negocios Verdes articulados con los ministerios públicos y gestionados de forma coordinada	Nº de agendas interministeriales que incluyen los Negocios Verdes.	MADS.	Corto.

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

	Ecoturismo. Alianzas productivas en Negocios Verdes. Líneas de investigación básica y aplicada en Negocios Verdes (Investigaciones, tecnologías, innovaciones y generación de valor agregado). Otros.	para posicionarlos y consolidarlos a nivel regional, nacional e internacional.			
	3.1. Realizar Plan de Acción con indicadores de seguimiento.		Plan de acción con indicadores de seguimiento.		
COORDINACIÓN Y ARTICULACIÓN SECTORIAL/ INSTITUCIONAL DE NEGOCIOS VERDES	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.

“PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES” REGIÓN CENTRAL

PROMOTORA DE NEGOCIOS VERDES	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.
NEGOCIOS INCLUSIVOS	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 24. Línea Estratégica de Intervención N° 7: Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación

Objetivos: Desarrollar un Sistema de Información Regional/Nacional de Negocios Verdes, que cumpla las siguientes funciones: <ul style="list-style-type: none"> • 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. 					
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)
SISTEMA DE INFORMACIÓN REGIONAL/NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES	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.				

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

	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.				
	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)
INDICADORES/IMPACTOS GENERADOS	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.
PÁGINA WEB DE NEGOCIOS VERDES	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.

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

MONITOREO Y EVALUACIÓN	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.
CRITERIOS DE DIFERENCIACIÓN ESPECÍFICOS DE NEGOCIOS VERDES	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 25. Línea Estratégica de Intervención N° 8: Desarrollo y fortalecimiento de la oferta

Objetivos : 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"> • Su desarrollo empresarial. • Desarrollo de una producción competitiva. • Investigación e innovación orientadas a los 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)
CADENAS DE VALOR	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, MADR, Gobernación.	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.				
ALIANZAS	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	Nº de alianzas y convenios regionales constituidos.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales, Gobernación, gremios, Cámara de Comercio	Corto y continuo.

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

	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.	entidades empresariales, comerciales y ambientales.		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.	Conocimiento de los bienes y servicios verdes que genera la región, articulándolos a aliados que les brinden apoyo específico para su consolidación.	Banco de proyectos regionales generado.	Ventanilla Negocios Verdes, entes territoriales, SENA.	Corto.
HERRAMIENTAS	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.
RED DE PRODUCTORES	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.

“PROGRAMA REGIONAL
DE NEGOCIOS VERDES”
REGIÓN CENTRAL

PRIORIZACIÓN PRODUCTOS	<p>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.</p> <p>9. Formular e implementar proyectos productivos regionales de Negocios Verdes, con impacto regional, nacional e internacional.</p>	<p>Productos y servicios de Negocios Verdes regionales priorizados.</p> <p>Proyectos productivos de Negocios Verdes implementados.</p>	<p>Documento de productos y servicios verdes regionales priorizados.</p> <p>Nº de proyectos formulados e implementados.</p>	<p>Ventanilla de Negocios Verdes, productores, gremios.</p>	<p>Corto.</p>
-----------------------------------	--	--	---	---	---------------

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 Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR). Plan de Acción Cuatrienal 2012-2015. Bogotá, 2012.

Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS). “Responsabilidad ambiental, Compromiso de todos” Plan de Acción 2012-2015. Cúcuta, 2012.

Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia (CORANTIOQUIA). Plan de Acción 2012-2015. Medellín, julio de 2012.

Corporación Autónoma Regional del Guavio (CORPOGUAVIO). Plan de acción 2012-2015. Gachalá, Cundinamarca, 2012.

Corporación Autónoma Regional del Tolima (CORTOLIMA). Plan de acción 2012-2015. Ibagué, noviembre de 2012.

Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ). Plan de Acción 2012-2015. Armenia, 2012.

Corporación Autónoma Regional de Risaralda (CARDER). Plan de Acción 2012-2015 “Por una Gestión Ambiental Compartida”. Pereira, noviembre 2012.

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá (CORPOURABA). Plan de Acción Corporativo 2012-2015. Apartadó, octubre 2012.

Corporación Autónoma Regional de Caldas (CORPOCALDAS). Plan de Acción 2013-2015. Manizales, 2013.

Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB). Plan de Acción 2012-2015 “Ambiente para la gente”. Bucaramanga, 2012.

Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare (CORNARE). Plan de Acción 2012-2015. El Santuario, septiembre de 2012.

Corporación Autónoma Regional de Boyacá (CORPOBOYACÁ). Plan de Acción 2012-2015. Enero de 2013.

Corporación Autónoma Regional de Chivor (CORPOCHIVOR). Plan de Acción Institucional 2012-2015. Noviembre de 2012.

Gobernación de Quindío. Plan de Desarrollo Departamental 2012-2015 “Gobierno firme por un Quindío más humano”. Armenia, mayo de 2012.

Gobernación de Boyacá. Plan Departamental de Desarrollo 2012-2015 “Boyacá se atreve”. Tunja, 2012.

Gobernación de Cundinamarca. Plan Departamental de Desarrollo 2012-2016, “Calidad de vida”. Bogotá, mayo de 2012.

Gobernación de Caldas. Plan de Desarrollo Departamental 2012-2015 “Compromiso de todos”. Manizales, mayo 2012.

Gobernación del Tolima. Plan de Desarrollo Departamental 2012-2015 “Unidos por la grandeza del Tolima”. Ibagué, mayo de 2012.

Gobernación de Santander. Plan de Desarrollo Departamental 2012-2015 “Santander en serio, el gobierno de la gente”. Bucaramanga, 2012.

Gobernación del Huila. Plan de Desarrollo Departamental “Haciendo el cambio en el Huila” 2012-2015. Neiva, 2012.

Gobernación de Antioquia. Plan de Desarrollo Departamental “Antioquia la más educada” 2012-2015. Medellín, mayo de 2012.

Gobernación de Risaralda. Plan De Desarrollo Departamental 2012-2015 “Risaralda unida, incluyente y con resultados”. Pereira, 2012.

Comisión Regional de Competitividad de Santander. Plan regional de Competitividad de Santander. Bucaramanga, diciembre de 2008.

Comisión Regional de Competitividad de Risaralda. Plan Regional de Competitividad de Risaralda. Pereira, 2008.

Comisión Regional de Competitividad y Productividad del Huila. Plan Regional de Competitividad del departamento del Huila. Neiva, diciembre de 2008.

Comisión Regional de Competitividad del Tolima. Plan Regional de Competitividad del departamento del Tolima. Ibagué, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Plan Regional de Competitividad de Boyacá 2008- 2032. Tunja, junio 2011

Comisión Regional de Competitividad de Antioquia. Plan Regional de Competitividad para Medellín, Valle de Aburrá y Antioquia. 2008.

Comisión Regional de Competitividad de Caldas. Plan Regional de Competitividad de Caldas. Manizales, mayo de 2009.

Comisión Regional de Competitividad de Bogotá y Cundinamarca. Plan Regional de Competitividad 2008-2019. Bogotá, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Tolima. Ibagué, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Santander. Bucaramanga, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Risaralda. Pereira, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Quindío. Armenia, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Huila. Neiva, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Caldas. Manizales, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Boyacá. Tunja, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Bogotá. Bogotá, 2008.

Comisión Regional de Competitividad. Matriz Plan regional de competitividad de Antioquia. Medellín, 2008.

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

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

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

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

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

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

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

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

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
Fecha de acceso: junio de 2013.

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
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

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

Fecha de acceso: junio de 2013.

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuaria/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

Fecha de acceso: junio de 2013.

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuaria/ena/doc_anexos_ena_2011.pdf

Fecha de acceso: junio de 2013.

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

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

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

Fecha de acceso: julio de 2013.

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

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

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

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

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
Fecha de acceso: julio de 2013.

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/relmenu.147>
Fecha de acceso: julio de 2013.

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
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
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
Fecha de acceso: julio de 2013.

ABREVIATURAS

ANLA

Autoridad Nacional de Licencias Ambientales

CAR

Corporaciones Autónomas Regionales

CNCI

Comisión Nacional de Competitividad e Innovación

CDA

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y Oriente Amazónico

CONFECÁMARAS

Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio

CORPOAMAZONÍA

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonía

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