



PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

ISBN: 978-958-8491-98-1



MINAMBIENTE



**PLAN NACIONAL
DE NEGOCIOS VERDES**

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES



MINAMBIENTE



Presidente de la República de Colombia
Juan Manuel Santos Calderón

Ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible
Gabriel Vallejo López

Viceministro de Ambiente
Pablo Vieira Samper

Jefe Oficina Negocios Verdes y Sostenibles
Neider Eduardo Abello Aldana

Equipo Técnico

Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles:

**Jose Manuel Diaz Hoyos, Martha Nayibe Hurtado Arenas, Ana Marcela Papamija Hoyos,
Ana Karina Quintero Morales, Carlos Edilberto Rodriguez Linares, Diana Alejandra
Vinchery Durán.**

ASOCARS:

**Ramón Leal Leal – Director Ejecutivo
Juan Pablo Bonilla Gaviria. Consultor
Convenio 084 MADS-ASOCARS**

Diseño y diagramación

Héctor Quintero - ASOCARS

Corrección

Altavisión Consultores S.A.S.

ISBN

978-958-8491-98-1

© 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 Plan Nacional 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 el país.

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

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
1. ANTECEDENTES	13
1.1. Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes - PENMV, Periodo 2002 - 2012	13
1.2. Política de Producción Más Limpia	21
1.3. Problemática y Limitantes para el Desarrollo de Negocios Verdes	22
1.4. Oportunidades para Negocios Verdes en Colombia	25
2. MARCO POLÍTICO DEL PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES	39
2.1. Política de Producción y Consumo Sostenible	39
2.2. Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos	43
2.3. Declaración de Crecimiento Verde de la la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos ...	44
3. OBJETIVO	47
3.1. Objetivo General	47
3.2. Objetivos Específicos	47
4. METODOLOGÍA	49
5. MARCO CONCEPTUAL	51
5.1. Definición General	51
5.2. Definición de categorías, sectores y subsectores de negocios verdes.....	52
5.3. Definiciones conceptuales de la categoría: Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales	55
5.4. Definiciones conceptuales de la categoría: Ecoproductos Industriales	57
5.5. Definiciones conceptuales de la categoría: Mercado de Carbono	59
6. CARACTERÍSTICAS Y CRITERIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES	61
6.1. Desarrollo Criterios	62
6.2. Mecanismos de Verificación de los Criterios	66

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

7. HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCION DE LOS NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA	69
7.1. Instrumentos Económicos y Tributarios en Materia Ambiental aplicables a los Negocios Verdes en Colombia	69
7.2. Ferias para promocionar Negocios Verdes	71
7.3. Ecodiseño	73
7.4. Nodo de Negocios Verdes	75
7.5. Sello Ambiental	76
7.6. Mecanismos de Financiación	80
7.7. Mecanismos de Desarrollo y Fortalecimiento para la promoción de los Negocios Verdes en Colombia	84
8. ACTORES NACIONALES DE ORDEN PÚBLICO Y PRIVADO RELACIONADOS A LOS NEGOCIOS VERDES ...	87
8.1. Actores Privados	88
8.2. Actores Públicos	89
9. ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES Y LOS PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES	91
9.1. Funcionalidad del Esquema	94
10. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS VERDES	97
10.1. VISIÓN de los Negocios Verdes	97
10.2. MISIÓN	97
10.3. OBJETIVO GENERAL del Plan Nacional	98
10.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	98
10.5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE INTERVENCIÓN	98
10.6. Ilustración Planeación Estratégica	99
10.7. Líneas estratégicas de intervención	100
11. GLOSARIO	105
BIBLIOGRAFÍA	109

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Objetivos Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes	14
Tabla 2. Categorías de Mercados Verdes	14
Tabla 3. Estrategias y metas del Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes	14
Tabla 4. Ventas Pesos Colombianos, productores/productos inscritos	15
Tabla 5. Incrementos en Ventas Pesos Colombianos	15
Tabla 6. Incrementos en Productores y Productos Codificados	16
Tabla 7. Resultados y descripción de Bioexpo	17
Tabla 8. Normas Técnicas Colombianas	18
Tabla 9. Limitantes en la Demanda (consumidores)	23
Tabla 10. Limitantes en la Oferta (empresas)	23
Tabla 11. Limitantes en Actividades de Soporte (Oferta)	24
Tabla 12. Limitantes en las Instituciones	24
Tabla 13. Especies por grupo taxonómico para los países más biodiversos del mundo	26
Tabla 14. Ranking Regional de Especies con respecto al nivel nacional	26
Tabla 15. Mercados emergentes para los servicios Ecosistémicos y de la Biodiversidad	29
Tabla 16. Tratados vigentes para Colombia a 2013	31
Tabla 17. Exportaciones colombianas a los países con acuerdos comerciales primer trimestre 2013	32
Tabla 18. Productos Relacionados a los Negocios Verdes Priorizados por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	36
Tabla 19. Valor de las compras estatales para productos con oportunidad en negocios verdes	36
Tabla 20. "Metas generales Política de Producción y Consumos Sostenible"	42
Tabla 21. Relación de Negocios Verdes con Metas Aichi	43
Tabla 22 "Mecanismos de Verificación"	67
Tabla 23. Instrumentos Económicos, financieros y tributarios aplicables en Colombia	70
Tabla 24. Bioexpo fechas y lugares donde se ha llevado acabo	71
Tabla 25. Normas Técnicas Colombianas	77
Tabla 26. Descripción de sellos Ecológicos utilizados en diferentes países del Mundo	78
Tabla 27. Descripción de herramientas financieras de entidades públicas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia	80
Tabla 28. Descripción de herramientas financieras de entidades privadas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia	82
Tabla 29. Descripción de herramientas de desarrollo para el impulso de los Negocios verdes en Colombia	84
Tabla 30. Necesidades identificadas y soluciones planteadas de acuerdo al esquema de mercado	92
Tabla 31. Líneas Estratégicas de Intervención, objetivos y actividades	101

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Participantes a Bioexpo por Región	17
Gráfica 2. Participantes a Bioexpo por Sector Fuente: Informe final BIOEXPO 2012 (Anexo 2, CRQ y MADS 2012)	17
Gráfica 3. Resultados encuesta Corporaciones Autónomas Regionales, categorías de mercados verdes	19
Gráfica 4. Tendencias de los Negocios Verdes a Nivel Mundial	30
Gráfica 5. Principales sectores identificados como potenciales a partir de los Tratado de Libre Comercio	32
Gráfica 6. Productos Potenciales Sector Agroindustria	33
Gráfica 7. Crecimiento sector Turismo en Colombia	34
Gráfica 8. Productos Potenciales Sector Manufactura	34
Gráfica 9. Productos Potenciales Sector Prendas de Vestir	35

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Participación sectorial de Negocios Verdes Año 2013	20
Figura 2. El Caso Mexicano: Energía del Futuro	27
Figura 3. El Caso Peruano: Producción orgánica	28
Figura 4 Clasificación de los negocios verdes	52
Figura 5. Categorías de Negocios Verdes en Colombia	54
Figura 6. Clasificación de la categoría bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales	55
Figura 7. Clasificación de la categoría Ecoproductos Industriales	59
Figura 8. Etapas generales del ecodiseño	73
Figura 9. Identificación de Actores de carácter privado relacionado con Negocios Verdes	88
Figura 10. Identificación de Actores de carácter público relacionado con los Negocios Verdes	89
Figura 11. Esquema de Organización del Programa Regional de Negocios Verdes	93
Figura 12. Figura ilustrativa	99

5970



INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las sociedades humanas ha consistido en un proceso de cambio de los sistemas naturales del planeta para sustentar modos de vida cada vez más sofisticados y confortables, para un número cada vez más grande de personas. A través de los milenios, se hizo una adaptación de casi todas las áreas silvestres para permitir que las comunidades asentadas en ellas pudieran tener la seguridad de contar con los alimentos, el agua, la energía y los materiales que necesitaban (Evaluación de Ecosistemas del Milenio, 2005).

Conforme las actividades antropogénicas han ido creciendo y expandiéndose, la capacidad reguladora de la naturaleza se ha vuelto insuficiente y se ha venido acelerando la pérdida de la biodiversidad, incrementando la generación de contaminación en el planeta y alterando los servicios que nos prestan los ecosistemas (Evaluación de Ecosistemas del Milenio, 2005).

Desde este punto de vista, la conservación de la biodiversidad y la sostenibilidad ambiental se transforman en factores o elementos de competitividad empresarial donde las nuevas reglas de los mercados internacionales reposicionan los desafíos ambientales como desafíos económicos.

Este mercado verde y sostenible se ve favorecido por las tendencias que muestra la demanda internacional, en donde los consumidores están prefiriendo productos (bienes y servicios) que cumplan con criterios de sostenibilidad ambiental y social. Veamos algunos ejemplos: el comercio mundial de productos orgánicos fue de 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

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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 de este comercio de entre el 100% y el 500% (TEEB, 2010. The Economics of Ecosystems and Biodiversity. Report for Business).

Colombia es uno de los lugares con mayor biodiversidad en el mundo en mamíferos, aves, reptiles, anfibios y especies endémicas (Informe sobre el estado de la biodiversidad en Colombia 2006-2007. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2008) y presenta muchos ecosistemas con excelentes posibilidades para el desarrollo y posicionamiento de los negocios verdes.

Lo anterior quiere decir que el país tiene un gran potencial para posicionar y consolidar una oferta empresarial 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. Dicho de otra manera, Colombia cuenta con grandes Ventajas Comparativas Ambientales frente a muchos países pero necesita transformar estas Ventajas Comparativas en Ventajas Competitivas en el mercado.

Es así como en el año 2002, con el fin de dar inicio al desarrollo de estos nuevos procesos, productos y servicios, que generen beneficios económicos, ambientales y sociales para los diferentes sectores sociales y productivos, el entonces llamado Ministerio del Medio Ambiente formula y publica el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes, instrumento de planificación política que orientó la implementación de los Mercados Verdes (demanda y oferta empresarial verde y sostenible) para el período 2002–2012.

En el año 2010, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible –su nombre actual– adopta la Política de Producción y Consumo Sostenible “Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva”, mediante la cual se actualizan e integran la Política Nacional de Producción más Limpia y el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes, estrategias del Estado Colombiano que promueven el mejoramiento ambiental desde el punto de vista de la competitividad empresarial y la transformación productiva (Política Producción y Consumo Sostenible, 2010).

Dentro de las estrategias de la Política de Producción y Consumo Sostenible, en la número 7, se incluye el **emprendimiento de Negocios Verdes** (productos o servicios con calidades ambientales y/o aprovechamiento sostenible de la biodiversidad) y el fortalecimiento de los ya existentes, cuyo impulso contribuye a esta transformación productiva y a la generación de empleo, así como al desarrollo de un sector con alto potencial.

Sin embargo, con el fin de que esta estrategia se pueda desarrollar de forma apropiada, ha sido necesario diseñar los lineamientos, tanto de este Plan Nacional de Negocios Verdes, como de sus cinco (5) Programas Regionales, asegurando así la correcta, armónica y coordinada implementación de acciones en el ámbito nacional y en el regional. Para la realización de los objetivos de la Política es fundamental el liderazgo del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y de las autoridades ambientales regionales y urbanas, así como la participación de los actores sociales y económicos de todo el país relacionados con el tema.

El Plan deber ser entendido como un instrumento basado en su mayor parte en las actividades y labores que, desde un nivel local y regional, puedan desarrollarse

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

para llegar luego a la consolidación de los Negocios Verdes en el ámbito nacional e internacional. En otras palabras, busca potenciar las ventajas comparativas ambientales en cada una de las regiones y permite que el ambiente sea una variable activa en la competitividad del país. A su vez, el programa brinda 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.

La Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible promoverá tanto la oferta como la demanda de estos negocios que, como su nombre lo indica, *contemplan 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.*

En la concepción estratégica del Plan Nacional de Negocios Verdes se contempla como visión para el año 2025 que los Negocios Verdes estarán posicionados y consolidados como un nuevo renglón estratégico de impacto en la Economía Nacional. En este sentido y con el fin de dar cumplimiento a las metas de la Política de Producción y Consumo Sostenible, se plantean ocho (8) líneas estratégicas de intervención: Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y productor sobre los Negocios Verdes; Política y normatividad; Ciencia, Tecnología e innovación; Recursos/incentivos económicos y financieros; Acceso a mercados; Coordinación y articulación institucional/sectorial; Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación; y Desarrollo y fortalecimiento de la oferta.

Se busca entonces que los lineamientos de esta política, definidos en el presente documento, sean acogidos a nivel institucional, en los ámbitos regional y nacional, como un esquema que permita posicionar a los Negocios Verdes en un lugar prioritario dentro de la agenda política, económica y social del país y que las acciones formuladas a corto, mediano y largo plazo fortalezcan y faciliten el desarrollo competitivo de diferentes sectores de la economía nacional.

Es importante resaltar que los Negocios Verdes son producidos por la oferta (empresas, cadenas de valor, productores) y la demanda (consumidores) y no por las instituciones públicas. Es por ello que la función de las instituciones lideradas por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible debe ser la de proveer una plataforma adecuada de políticas, instrumentos, incentivos y coordinación para que el sector privado pueda generar negocios.

El contenido del Plan Nacional de Negocios Verdes se inicia con unos Antecedentes, que introducen el contexto político de los Negocios Verdes y describen la problemática y las limitantes identificadas, las oportunidades que tiene Colombia para su desarrollo y las experiencias internacionales exitosas en el tema. A continuación, se menciona el Marco Político de los Negocios Verdes, contextualizado en la Política de Producción y Consumo Sostenible, la Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos y la Declaración de Crecimiento Verde de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). En los capítulos posteriores se desarrolla el Objetivo General del Programa, sus Objetivos Específicos, la Metodología que describe el proceso de su formulación participativa, el Marco Conceptual (clasificación y definiciones), los Criterios básicos de diferenciación, las Herramientas para la promoción de Negocios Verdes en Colombia, los Actores nacionales de orden público y privado, el Esquema de Organización del Programa, y la Planeación Estratégica de estos negocios (visión, misión y las ocho (8) líneas estratégicas de intervención).



1. ANTECEDENTES

En este capítulo se presenta el contexto político de los Negocios Verdes por medio de la descripción de los resultados obtenidos en el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes para el período 2002–2012 y los elementos de la Política de Producción más Limpia relacionados con el tema. A su vez, se describen la problemática y las limitaciones identificadas para el posicionamiento de los Negocios Verdes, las oportunidades que tiene Colombia para su desarrollo y potencialización, y por último se muestran experiencias internacionales exitosas en el tema.

1.1. Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes (PENMV), periodo 2002-2012

El PENMV fue el instrumento de planificación política que orientó la implementación de los Mercados Verdes para el período 2002–2012. Bajo la coordinación del Ministerio del Medio Ambiente –actualmente Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS)– fue construido de forma participativa en el año 2002 con las entidades del Sistema Nacional Ambiental (SINA), otras instituciones públicas y el sector privado. Fue planteado con una visión de 10 años, con los siguientes objetivos y categorías de mercados verdes¹:

¹Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes (Ministerio del Medio Ambiente, 2002).

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Tabla 1. Objetivos PENMV

Objetivo General	Consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales contribuyendo al mejoramiento de la calidad ambiental y el bienestar social.
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar la demanda nacional por productos verdes - Posicionar a Colombia como proveedor de productos verdes - Consolidar la oferta de los productores verdes - Establecer instrumentos de apoyo al sector de productos verdes

Tabla 2. Categorías de Mercados Verdes

Uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales	Eco - productos	Servicios Ambientales	Mecanismo de Desarrollo Limpio
<ul style="list-style-type: none"> - Productos naturales no maderables (PNNM) - Productos naturales maderables (PNM) - Agricultura ecológica - Fauna - Biotecnología 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechamiento de residuos y reciclaje - Productos manufacturados menos contaminantes - Energías limpias - Minería Sostenible - Tecnologías mitigación 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoturismo - Educación Ambiental - Consultorías ambientales - Infraestructura para el tratamiento de vertimientos y emisiones - Gestión Integral de Residuos Sólidos 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción y captura de gases efecto invernadero (GEI)

Fuente: PENMV 2002.

En el año 2002 se definieron las categorías adjuntas en la Tabla N°2. Actualmente el MADS las ha ampliado y modificado acorde con la evolución que han tenido los productos y servicios amigables con el ambiente y del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad en las economías, y que han permeado otros sectores. La nueva categorización se detalla en el capítulo "Marco Conceptual".

1.1.1. Estrategias y metas del PENMV

El PENMV estableció cinco (5) estrategias con sus respectivas metas para cumplir con los objetivos planeados (Tabla 1). En la Tabla 3 se muestran las estrategias y sus respectivas metas.

Tabla 3. Estrategias y metas del PENMV

Estrategias	Metas
ESTRATEGIA 1: Promover el nuevo sector de los mercados verdes dentro del sistema de producción colombiano, como una alternativa de desarrollo del país.	META 1: Fortalecimiento y ampliación de la oferta de productos verdes y su comercialización. META 2: Adecuación de la oferta existente hacia productos más verdes. META 3: Fortalecimiento de la participación de productos verdes en las exportaciones colombianas no tradicionales.
ESTRATEGIA 2: Sensibilizar a los consumidores y productores colombianos sobre estos nuevos mercados y sus ventajas.	META 1: Herramienta para sensibilización: Programa Nacional de Eco etiquetado (PEC) META 2: Campaña masiva de divulgación y concientización
ESTRATEGIA 3: Realizar la coordinación, articulación y fortalecimiento de las iniciativas existentes en el país sobre mercados verdes	META 1: Articular y fortalecer las acciones sobre mercados Verdes. META 2: Constituir un mecanismos promotor que coordine, articule y promueva las acciones sobre mercados verdes.
ESTRATEGIA 4: Impulsar herramientas financieras para apoyar productores verdes.	META 1: Establecer mecanismos facilitadores de acceso a recursos de capital.
ESTRATEGIA 5: Hacer investigación y crear un sistema de información en el área de mercados verdes y crear un sistema de información en el área de mercados verdes.	META 1: Articular un sistema de investigación y desarrollo tecnológico en productos promisorios de mercados verdes META 2: Creación de un Sistema de información confiable y permanentemente actualizado.

Fuente: PENMV 2002

Para el desarrollo de cada una de las metas de las cinco (5) estrategias, se implementaron instrumentos o herramientas de gestión, promoción y organización, entre otros. A continuación se relacionan los principales instrumentos del PENMV y los resultados obtenidos con estos.

1.1.2. Instrumentos PENMV

- **Convenios de Comercialización²**

²Convenios de Comercialización (Grupo de Mercados Verdes, MAVDT, 2007).

Se desarrollaron cuatro (4) convenios de comercialización con las siguientes cadenas de grandes superficies: Carrefour (actualmente Jumbo), Éxito, Carulla y Cafam (actualmente operadas por el Grupo Casino). Los convenios tenían por objeto promover e impulsar a las empresas verdes que aplicaban los principios y criterios establecidos en el PENMV y aquellas que habían sido acompañadas por las entidades del SINA.

Resultados Obtenidos

El PENMV estableció cinco (5) estrategias con sus respectivas metas para cumplir con los objetivos planeados (Tabla 1). En la Tabla 3 se muestran las estrategias y sus respectivas metas.

Tabla 4. Ventas (COP), productores/productos inscritos

TOTAL AGREGADO CADENAS COMERCIALES (Carrefour, Carulla, Cafam, Éxito) (01/01/2006 – 31/12/2006)				
No. Productores Inscritos	Ventas Unidades	No. Productos la Venta (Codificados)	Ventas Valor (COP)	Contratos comerciales entre las cadenas y los productores
37	351.017	507	\$ 949.683.539	64

Tabla 5. Incrementos en Ventas (COP)

INCREMENTOS PORCENTUALES CADENAS COMERCIALES “PROMEDIO MENSUAL AÑOS 2006 VERSUS MES 2007” (Carrefour, Carulla, Cafam, Éxito)			
	Promedio mensual año 2006	Enero 2007	Incrementos (%)
Ventas Unidades	41.332	54.778	33%
Ventas Valor (COP)	\$ 114.215.968	\$ 146.103.675	28%

Fuente: Grupo de Mercados Verdes, MAVDT 2007

En el año 2006 se tenían 37 productores inscritos en los convenios de comercialización, 507 productos codificados y unas ventas de 351.017 unidades con un valor de \$949.683.539 COP anuales. Al realizar un comparativo (Tabla 5) entre el promedio mensual del año 2006 y 2007 se muestra que la **tendencia** tanto en unidades como en COP de las ventas fue **creciente** con incrementos del 33% y 28% respectivamente.

Tabla 6. Incrementos en Productores y Productos Codificados

COMPARATIVO AÑO 2004 – 2006			
	Año 2004 (Abril)	Año 2006 (Diciembre)	Incremento (%)
Productores	16	37	131 %
Productos Codificados	20	507	2.535%

Fuente: Grupo de Mercados Verdes, MAVDT 2007

A su vez, al tomar los datos acumulados al mes de abril de 2004 y su comparativo a diciembre de 2006, los productores inscritos en estos convenios y los productos codificados se incrementaron en un 131% y 2.535%, respectivamente. Esto reafirma la tendencia positiva y la importancia de esta herramienta para consolidar una oferta amigable con el ambiente.

Particularidades identificadas

- El 68% de los productores inscritos se concentró en Bogotá y Cundinamarca.
- El 100% de los productores perteneció a la categoría de “aprovechamiento sostenible de la biodiversidad” y, específicamente, a la subcategoría “agricultura ecológica”.

• Circuitos de Comercialización

Fueron espacios de promoción y comercialización para pequeños y medianos productores, vinculados a Mercados Verdes, que se encontraban iniciando sus procesos de ventas. Se crearon circuitos de comercialización en el Jardín Botánico de Bogotá, en Maloka -también en Bogotá- y en otras regiones de Colombia, lideradas por las Corporaciones Autónomas Regionales (CAR). Solo en Bogotá se vincularon 36 organizaciones, con unas ventas acumuladas al año 2006 de 60 millones de pesos³.

• 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 Corporaciones Autonomías Regionales –CORANTIOQUIA, CVC, CORPOCHIVOR y CRQ, el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt y Conservación Internacional.

La periodicidad de realización de este evento es de cada dos años. Hasta la fecha se han llevado a cabo cinco ediciones. A continuación su descripción y resultados:

³Los Negocios Verdes en Colombia (BID, 2013)

Tabla 7. Resultados y descripción de Bioexpo

	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	18 al 21 de Noviembre	21 al 24 de Noviembre
Ciudad	Armenia	Medellín	Cali	Neiva	Armenia
No. Visitantes	12.000 personas	15.000 personas	44.000 personas	6.000 personas	10.000 personas
No. Expositores	268 expositores	264 expositores	221 expositores	235 expositores	110 expositores
CAR Participantes	Sin información	22	23	Sin información	13
Departamentos Participantes	24	Sin información	Sin información	Sin información	16
Rueda de negocios (Expectativas de negociación)	Sin información	\$1.200 millones	\$1.707 millones	\$840 millones	\$3.400 millones
Venta muestra comercial	\$ 67 millones	\$80 millones	\$552 millones	\$300 millones	Superior a los \$1.100 millones

Fuente: "Informe comparativo Bioexpo 2010 – Bioexpo 2012" (MADS, 2012)

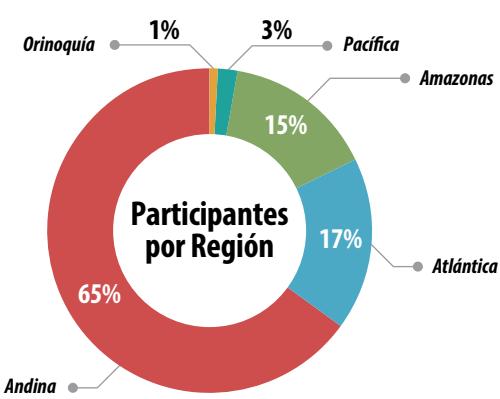
En las Gráficas 1 y 2 se muestran los participantes o expositores de BIOEXPO COLOMBIA 2012 por región de Mercados Verdes y por sector. Existió un predominio de los sectores de alimentos con un 37% y de fibras naturales con un 30%. A su vez, la región Andina abarcó el 65% de los participantes del país.

• **Ventanillas Promotoras de Mercados Verdes**

Fueron grupos técnicos creados al interior de las Corporaciones Autonomías Regionales o de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) con el fin de descentralizar el tema en las regiones. Su función se orientaba a la identificación de productos que cumplieran con los criterios generales del PENMV, a divulgar este plan y el Programa Nacional de Biocomercio, y a brindar apoyo a los empresarios en la formulación de sus proyectos y acompañarlos en el desarrollo de los mismos⁴.

⁴Líneamientos implementación ventanillas de mercados verdes. (Documento interno del Ministerio del Medio Ambiente, Análisis Económico, 2002).

Gráfica 1. Participantes a Bioexpo por Región



Fuente: Informe final BIOEXPO 2012 (Anexo 2, CRQ y MADS 2012)

Gráfica 2. Participantes a Bioexpo por Sector



Resultados: Estas ventanillas fueron creadas en las CAR del Quindío, Valle del Cauca, Alto Magdalena, Amazonas y en los Nodos del Centro Nacional de Producción más Limpia, entre otros.

⁵Selección y normalización de categorías de producto para el sello ambiental colombiano (MAVDT e Icontec, 2006).

• **Sello Ambiental Colombiano (SAC)⁵**

Es un instrumento de diferenciación ambiental de productos que se obtiene de forma voluntaria. Brinda a los consumidores información verificable, precisa y no engañoso sobre los aspectos ambientales de los productos (MAVDT, 2006). Fue uno de los primeros esquemas de ecoetiquetado en Latinoamérica.

En el marco de esta iniciativa, se crearon diez (10) Normas Técnicas Colombianas (NTC) para los productos que se mencionan a continuación:

Tabla 8. Normas Técnicas Colombianas (NTC)

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

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

Como resultado del SAC, noventa y tres (93) hoteles se certificaron con la NTC de Establecimientos de alojamiento y hospedaje, y una empresa con la NTC de Tableros y celdas para alojar equipos eléctricos y electrónicos.

⁶Los Negocios Verdes en Colombia (BID, 2013).

• **Otros instrumentos⁶**

- Participación y premiación de la categoría verde en el Ventures - Concurso de Planes de Negocios del Año 2002, organizado por la revista Dinero, Mckensey & Company y Diario Portafolio, entre otros.

- Creación de cinco (5) Cartillas de Mercados Verdes: 1) Criterios de los sectores de mercados verdes, 2) Pasos para conformar una empresa en Colombia, 3) Cómo hacer un plan de negocios, 4) Cómo exportar en Colombia, y 5) Cómo hacer una oferta comercial para exportar.

- Dos ruedas de negocios para Productos Ecológicos en los años 2004 y 2005, en alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá. 250 citas con cadenas, tiendas

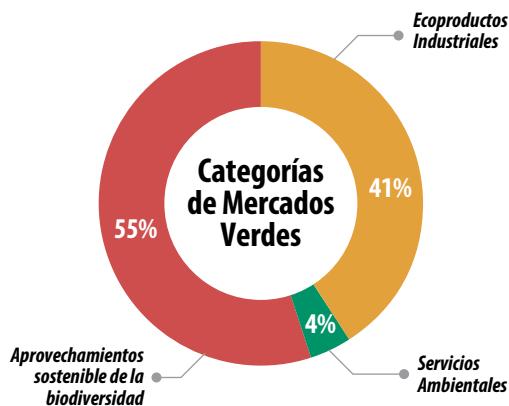
especializadas y restaurantes con más de 40 pequeños productores en cada evento.

- Se hicieron dos misiones exploratorias. Una a Expoeast 2005, que fue la primera misión al mercado de alimentos orgánicos de USA; la delegación colombiana contó con 30 participantes entre las CAR, Cámara de Comercio de Bogotá, productores, empresarios y comercializadores. Y otra a la Novena Expomundo Rural Chile 2006, a la que fueron invitadas 26 organizaciones.
- Capacitaciones con el SENA, talleres de ecoturismo y programas con la Cámara de Comercio de Bogotá, así como capacitaciones regionales.

1.1.3. Resultados encuesta a productores (Oferta)

Con el fin de conocer la participación sectorial de la Oferta (productores) del mercado verde, en el año 2007⁷ el Grupo de Mercados Verdes realizó una encuesta⁸ a las CAR en la que se obtuvo respuesta de 12 Corporaciones⁹. Se trabajó con una muestra de 303 productores que estaban siendo acompañados por las CAR. A continuación los datos más relevantes:

Gráfica 3. Resultados encuesta CAR, categorías de mercados verdes



Fuente: Grupo de Mercados Verdes, MAVDT 2007

A finales del año 2007, la categoría de mercados verdes que lideraba el tema a nivel nacional era la de “Aprovechamiento sostenible de la biodiversidad”, con un 55% de los productores, y estaba conformada por la “agricultura ecológica” con un 53% y los “productos no maderables” con un 46%; las subcategorías “productos naturales maderables” y “biotecnología” tuvieron una participación del 1% y 0% respectivamente.

Le siguió la categoría de “Ecoproductos industriales”, con un 41%, representada en su mayoría por “productores artesanales” (86%) y de “aprovechamiento de residuos y reciclaje” –abonos, humus y reciclaje– (14%). Las subcategorías “minería sostenible”, “productos manufacturados menos contaminantes”, “energías limpias” y “tecnologías limpias y equipos de mitigación de impactos” tuvieron una participación nula. Por último, se encuentra la categoría de “Servicios ambientales”, con un 4%, representada

⁷A finales del año 2007, el entonces Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial decide distribuir el Grupo de Mercados Verdes y sus temas a las direcciones de Ecosistemas y Sectorial Sostenible. A partir del año 2008 se desconocen los resultados alcanzados para el cumplimiento del PENMV.

⁸Encuesta a productores de las CAR (Grupo de Mercados Verdes, MAVDT, 2007).

⁹Cormacarena, CRQ, Codechocó, CAR, CAM, Corpoguajira, Corantioquia, CDA, Corpamazonía, Cortolima, CVS, CVC.

en su totalidad por el “ecoturismo”. La subcategoría “educación ambiental” tuvo una participación nula.

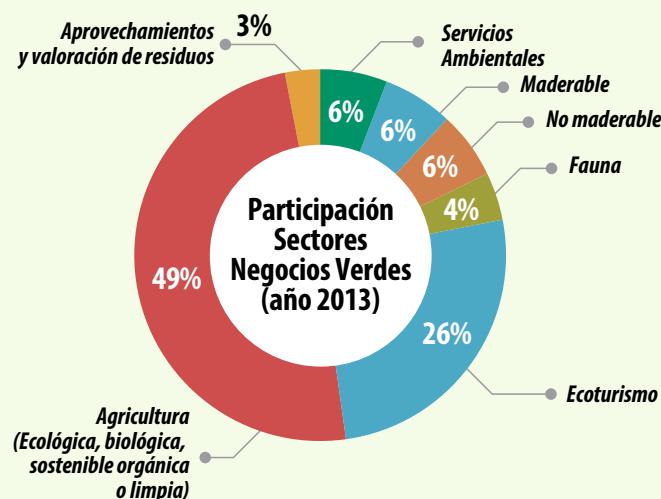
Para concluir, de la muestra de 303 productores, la sub-categoría “artesanías” tuvo una participación del 35% sobre el total de la muestra, seguida por las sub-categorías “agricultura ecológica”, con un 29%, “productos naturales no maderables”, con un 25%, “aprovechamiento de residuos y reciclaje”, con un 6%, “ecoturismo o turismo ecológico”, con un 4% y por último la sub-categoría “productos naturales maderables” con un 1%.

¹⁰Fuente: Convenio 141 entre MADS y CAEM (2013).

Figura 1. Participación sectorial de Negocios Verdes Año 2013¹⁰

Recuadro No. 1 Participación sectorial de Negocios Verdes Año 2013

La siguiente información del año 2013 no hace parte de los resultados del PENMV. Se incluye con el fin de mostrar un comparativo de la participación sectorial. A partir del año 2012 se reactivan los Negocios Verdes, con la formulación del Programa Nacional de Biocomercio Sostenible, y en el año 2013 se realiza la formulación participativa de los cinco (5) Programas Regionales de Negocios Verdes. Esta formulación participativa se llevó a cabo a través de talleres regionales que involucraron a los actores de los diferentes territorios.



El análisis realizado en el año 2013 por el MADS de los Planes de Acción de las CAR, los Planes de Desarrollo Departamentales, los Planes Regionales de Competitividad y las Agendas Internas Regionales (apuestas productivas), presenta la participación de la oferta para los Negocios Verdes, de acuerdo con los resultados obtenidos de la muestra seleccionada.

Se registraron 412 proyectos a nivel nacional, que muestran una participación mayoritaria de los sectores agrosistemas y ecoturismo por encima de un 65 % de la muestra, seguido de Productos Naturales Maderables y Productos No Maderables con un 6% y 5,8% respectivamente.

1.1.4. Resultados encuesta a consumidores (Demandas)

El Ministerio de Ambiente contrató la realización de una encuesta con el fin de conocer la percepción del consumidor frente a los mercados verdes¹¹. La muestra estuvo compuesta por 402 personas, entre profesionales y no profesionales, desde 18 hasta 55 años de edad, de los dos géneros y pertenecientes a las cinco (5) principales ciudades colombianas. A continuación los puntos más relevantes:

¹¹Percepción del consumidor sobre Mercados Verdes (Asesores y consultores de Mercadeo, año 2007).

- La mayoría de las personas encuestadas asoció Mercados Verdes con alimentos (48%). La segunda asociación más frecuente fue naturaleza (19.4%); la tercera fue con una plaza de mercado (11.2%). Claramente el posicionamiento se da con productos alimenticios y se desconocen los otros sectores y características de los Mercados Verdes.
- El 98.5% de las personas encuestadas no sabía que es Mercados Verdes. Únicamente el 1.5% de los encuestados manifestó saber del Programa.
- El 83.3% de las personas que dijo conocer estos mercados tiene a las verduras como su producto insignia, mientras que el 16.7% tiene un conocimiento más amplio que incluye la agricultura ecológica sin químicos.
- El 66.7% de las personas que los conocen manifestó como la crítica más importante la falta de promoción de los Mercados Verdes.

1.2. Política de Producción Más Limpia (PML)

La PML, al igual que el PENMV, fueron estrategias diseñadas por el Estado Colombiano para promover y enlazar el mejoramiento ambiental y la transformación productiva a la competitividad empresarial. La PML fue formulada por el Ministerio del Medio Ambiente y aprobada por el Consejo Nacional Ambiental en agosto de 1997.

En dicha política se define la producción más limpia como la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva e integrada en los procesos productivos, los productos y los servicios, para reducir los riesgos para los humanos y el ambiente. El objetivo global fue garantizar la protección ambiental, el crecimiento económico, el bienestar social y la competitividad empresarial, a partir de la introducción de la dimensión ambiental en los sectores productivos, como un desafío de largo plazo.

La PML orientó y enriqueció el PENMV. En el caso de los **procesos productivos**, se enfocó hacia la conservación de materias primas y energía, la eliminación de materias primas tóxicas, y la reducción de la cantidad y toxicidad de todas las emisiones contaminantes y los desechos. En el caso de los productos se buscó la reducción de los impactos negativos que acompañan el ciclo de vida del **producto**, desde la extracción de materias primas hasta su disposición final, generando “productos finales más respetuosos con el medio ambiente”. En los **servicios** se orientó hacia la incorporación de la dimensión ambiental, tanto en el diseño como en la prestación de los mismos.

Al igual que el PENMV, la PML buscaba garantizar el desarrollo sostenible y enfrentar los nuevos retos de la competitividad empresarial, donde la gestión ambiental es considerada como una fuente de oportunidades y no como un obstáculo. Implementando la PML se aumenta la eficiencia de los procesos, el ahorro en el consumo de materias primas y energía, y la disminución de residuos y emisiones contaminantes.

La implementación de la PML, como se menciona en la Política de Producción y Consumo Sostenible (PPyCS), ha mostrado resultados importantes en el país. Los mayores esfuerzos se han dado en el ámbito de la producción pero es evidente que aún existe un mercado de bienes y servicios que no cumple con criterios de sostenibilidad.

A través de la PML se crearon centros especializados en asistencia técnica y capacitación en producción con estos criterios, se promovió la adopción de guías ambientales sectoriales y la suscripción de convenios de producción más limpia y el fortalecimiento de la autogestión y la autorregulación, todo lo cual se ve reflejado en la tendencia creciente de integrar la responsabilidad social y ambiental empresarial como eje estratégico de la gestión¹².

Es importante mencionar que las mejoras alcanzadas hasta el momento en materia de producción contrastan con una población en continuo crecimiento, que demanda cada vez más productos y servicios sin entrar a considerar la forma como han sido elaborados o provistos, en virtud muchas veces de la desinformación, la falta de conocimiento o el desinterés. El consumidor permanece indiferente en materia ambiental y sus preferencias de consumo están determinadas principalmente por el precio y la calidad¹³.

1.3. Problemáticas y Limitaciones para el Desarrollo de Negocios Verdes

¹⁴Fuentes bibliográficas que se mencionan al final del documento en la sección Bibliografía. Consultorías MAVDT 2002-2010 y MADS 2010-2013.

¹⁵Convenio 141 entre MADS y CAEM, 2013.

En esta sección se hace una compilación y síntesis de las problemáticas y limitaciones identificadas en la bibliografía relacionada con el tema¹⁴. A su vez, esta información se validó y complementó de forma participativa con doce (12) talleres regionales (Caribe, Central, Amazonía, Orinoquía, Pacífico), realizados en el año 2013¹⁵. Con el fin de facilitar el análisis de la información, esta se agrupó en los siguientes temas:

- **Demandado:** representado por los consumidores.
- **Oferta:** representado por los productores. Se dividió en sistema de negocio (desde la consecución de la materia prima hasta la comercialización del producto final) y actividades de soporte del sistema de negocio.
- **Instituciones de soporte del mercado:** representado por las instituciones que tienen como función generar una plataforma adecuada de políticas, incentivos, herramientas e instrumentos y coordinación para que el sector privado pueda generar Negocios Verdes.

1.3.1. Problemática y limitaciones en la Demanda

Tabla 9. Limitantes en la Demanda (consumidores)

Consumidores
- En términos generales, el consumidor nacional desconoce qué son los negocios verdes, sus características diferenciadoras, sus beneficios para el ambiente, la salud y la sociedad.
- Han sido escasas las campañas de sensibilización, concientización y posicionamiento del tema en los consumidores.
- El mercado local para estos productos es bastante incipiente comparativamente con países desarrollados.
- Falta más impulso al cambio cultural del consumidor colombiano.
- Se pueden diseñar y crear instrumentos de diferenciación de productos como el Sello Ambiental Colombiano (SAC) pero si no se promocionan, ni se sensibiliza al consumidor con el instrumento se pierde todo el esfuerzo e inversiones realizadas.

Fuente: Consultorías MAVDT 2002-2010 y MADS 2010-2013

1.3.2. Problemática y limitaciones en la Oferta

Tabla 10. Limitaciones en la Oferta (empresas)

Sistema de Negocio	
Materia Prima	<ul style="list-style-type: none"> - En términos generales, existe desconocimiento de la caracterización de las especies silvestres con las que cuenta el país, sus usos y mercados potenciales. - En la mayoría de los casos, no es fácil acceder a las zonas de producción de los bienes y servicios de la biodiversidad, las vías de acceso son escasas y los costos de transacción incrementan el valor del producto final.
Producción	<ul style="list-style-type: none"> - En general, existe un volumen de producción insuficiente para suprir la demanda del mercado. La producción es mínima y no se cuenta con redes de productores consolidadas que cubran dicha demanda. - En general, la producción tiene debilidades competitivas en cuanto a calidad y cantidad. - En algunas zonas del país existen alteraciones del orden público, hecho que limita el desarrollo de la actividad productiva.
Logística	<ul style="list-style-type: none"> - En términos generales, falta mayor organización logística en las zonas de producción (centros de acopio, almacenaje, transporte, distribución).
Producto/Servicio (Transformación)	<ul style="list-style-type: none"> - El valor agregado, haciendo referencia a la transformación que se le hace al producto final, es mínimo. La mayoría de los productos finales son la misma materia prima. - El empaque de la mayoría de productos verdes no incluye características ambientales. - Muy pocos tienen en cuenta la trazabilidad del producto.
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Al no estar tan organizado el tema productivo y logístico en la mayoría de los productores, las exigencias del mercado internacional exceden las capacidades instaladas locales y en muchos casos se desconocen los requisitos exigidos (calidad, cantidad, medidas fito y zoosanitarias, certificados de inocuidad, trazabilidad, etiquetado y rotulado, entre otros). - Muy pocos estudios de mercado desarrollados para productos de negocios verdes. A su vez, faltan líneas y programas para su promoción. - Faltan plataformas de comercialización exclusivas para productos de negocios verdes. - Existencia de competencia ilegal en la comercialización de especies nativas (fauna, flora) - En la mayoría de los casos, las líneas de investigación de los Institutos de investigación están desligadas de las necesidades identificadas en los estudios de mercado. - Existencia de paternalismo y dependencia del Estado.

Fuente: Consultorías MAVDT 2002-2010 y MADS 2010-2013

Tabla 11. Limitantes en Actividades de Soporte (Oferta)

Actividades de Soporte	
Acceso a recursos financieros	<ul style="list-style-type: none"> - Existen muy pocas líneas de fomento específicas a negocios verdes diseñadas por los bancos de segundo piso y los bancos comerciales. - Dificultad para acceder en la mayoría de los casos a recursos financieros (garantías sobre terrenos que son colectivos: negritudes, indígenas; tasas de crédito de libre inversión).
Capacidades Empresariales	<ul style="list-style-type: none"> - Falta fortalecer las capacidades de gestión, formulación de proyectos, desarrollo empresarial, producción, investigación, tecnologías e innovación orientados a los negocios verdes. En términos generales, el nivel de habilidades y formación técnica/profesional de los actores (producción primaria principalmente) debe fortalecerse.
Organización Alianzas Articulación	<ul style="list-style-type: none"> - Predominio de la cultura de corto plazo. El nivel de asociatividad y articulación entre los productores de negocios verdes es mínima (alta demanda y poca oferta). - Falta mayor involucramiento de las grandes empresas con este tema y el encadenamiento de las empresas locales con estas grandes en las iniciativas de negocios verdes. - Falta pasar de una cadena productiva a una cadena de valor por producto y no por sector como se viene desarrollando actualmente.
Conocimientos científicos y tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Limitada generación, transferencia y usos de tecnologías para productos de negocios verdes. A su vez, las pocas generadas no son fáciles de adaptar a las condiciones locales del país. - Limitado acceso al apoyo financiero y técnico a la investigación e innovación en: protocolos de aprovechamiento, propiedades y usos, tecnologías y generación de valor agregado entre otros. - Falta generar mayor investigación para desarrollar un mayor valor agregado y calidad a los productos.

Fuente: Consultorías MAVDT 2002-2010 y MAADS 2010-2013

1.3.3. Problemática y limitantes en las Instituciones de soporte del mercado

Tabla 12. Limitantes en las Instituciones

Instituciones	
Marco Normativo	<p>Colombia se ha caracterizado por contar con un marco normativo exhaustivo para los temas ambientales. Se han ratificado tratados internacionales, se han elaborado numerosas leyes y decretos pero no se cuenta con la capacidad instalada para poder hacerles seguimiento y lograr su cumplimiento. Lo anterior también aplica para las categorías de Negocios Verdes.</p> <p><u>Acceso a recursos genéticos:</u> Colombia tiene una legislación de carácter protecciónista en el acceso a recursos genéticos de la biodiversidad. (Fuente: Los Negocios Verdes en Colombia, BID 2013). A su vez, sus trámites son excesivos desincentivando a las empresas e investigadores a invertir en biotecnología.</p> <p><u>Aprovechamiento Biodiversidad.</u> Sus protocolos no están reglamentados y hay vacíos en los permisos solicitados. Resultan ser muy costosos para los pequeños productores de Negocios Verdes.</p> <p><u>Competencia ilegal.</u> Poca efectividad en el control y tráfico ilegal de especies nativas</p>
Capacidades Empresariales	<p>Se desconocen los impactos que han generado los proyectos de Negocios Verdes al ambiente (beneficios a los ecosistemas, contribución al desarrollo sostenible) y a la Economía (reducción pobreza, generación de empleos, aporte al PIB) en general.</p> <p>Falta un sistema de información consolidado de Negocios Verdes que difunda y promueva sus productos y servicios, que sirva de conector entre la oferta y la demanda, que describa las tendencias de mercado, los requisitos de ingreso, los procesos de desarrollo tecnológico y que le brinde reconocimiento a sus empresas entre otros.</p> <p>Ha faltado divulgación y promoción de las políticas, normatividad e instrumentos de Negocios Verdes a las instituciones del orden nacional, regional y a la sociedad civil.</p>

Instituciones	
Finanzas - Incentivos económicos y financieros	En la mayoría de los casos, existe desconocimiento de los negocios verdes por parte del sector financiero. Por ello, existen muy pocas líneas de financiación específicas para estos temas. Existen pocos incentivos financieros diferenciales por parte de los bancos de primer piso en cuanto a tasas preferenciales y períodos de gracia a las empresas con mejores desempeños ambientales. Falta desarrollar, diseñar e implementar instrumentos e incentivos económicos (tributarios entre otros) y financieros para apalancar actividades de desarrollo, apoyo a la certificación, investigación científica y tecnológica, mejorar la competitividad de los empresarios, producción y consumo de Negocios Verdes.
Cooperación	Ha faltado coordinación interinstitucional con la cooperación Internacional y las áreas de responsabilidad social de las empresas privadas en temas no solo de cooperación financiera sino también técnica. Se ha venido actuando de manera independiente y desarticulada. Por lo anterior, se han creado en algunos casos duplicidad de funciones, agendas paralelas y cooperaciones en temas no articulados.
Articulación	Es muy débil la articulación y coordinación institucional regional-nacional entre los actores públicos y entre las entidades público-privadas para el desarrollo de los negocios verdes en cuanto a innovaciones tecnológicas, generación de conocimiento, fortalecimiento empresarial, negocios inclusivos, y la dinamización y competitividad (altos volúmenes y calidad de la oferta) en el mercado. En términos generales, al PENMV y al PNBS les faltó articularse con otras políticas públicas y sectores productivos relacionados con el tema de negocios verdes. Faltó una mayor articulación y regionalización del PENMV.
Organización	<u>Personal de Negocios Verdes.</u> En la mayoría de las CAR el tema ha sido liderado por contratistas (alta rotación en el cambio del personal). Al finalizar sus contratos se pierde la dinámica, experiencia y conocimiento adquirido. En general, falta capacitar al recurso humano en investigación, gestión de proyectos, acompañamiento en la formulación de proyectos, buenas prácticas de sostenibilidad, temas empresariales y comercialización. <u>Representatividad del personal.</u> En general, los equipos de trabajo que manejan el tema no cuentan con "poder de decisión y recursos" al interior de las CAR, hecho que limita el accionar de los negocios verdes a nivel regional. Falta mayor compromiso y definición de los roles y funciones de las instituciones involucradas o relacionadas con el tema.
Tecnología innovación	En términos generales, la investigación desarrollada es más de carácter científico (académico) que empresarial, hace falta su articulación a la visión de negocio verde. Continuando con el punto anterior, existe desarticulación entre las necesidades del mercado (sector privado) y las investigaciones generadas (Institutos de investigación). En general, el sector privado desconoce las investigaciones desarrolladas por los institutos de investigación. En la mayoría de los casos, las investigaciones están dispersas y desarticuladas. Existe poca cultura de alianza y cooperación. Hacen falta más recursos económicos para investigación en sectores de Negocios Verdes Hacen falta más líneas de investigación básica y aplicada para el desarrollo de productos verdes. Baja apropiación social del conocimiento y limitaciones tecnológicas a nivel regional.

Fuente: Consultorías MAVDT 2002-2010 y MADS 2010-2013

1.4. Oportunidades para Negocios Verdes en Colombia

A continuación se presentan las oportunidades en Negocios Verdes que tiene Colombia en cuanto a su Biodiversidad, las tendencias mundiales del mercado verde, los tratados de libre comercio (TLC) y las compras públicas sostenibles.

1.4.1. Oportunidades a partir de la Biodiversidad

Colombia, como se muestra en la Tabla 13, hace parte de los países con mayor biodiversidad a nivel mundial en mamíferos, aves, reptiles, anfibios y especies endémicas. En la Tabla 14 se presenta el ranking regional con respecto al nivel nacional.

Tabla 13. Especies por grupo taxonómico para los países más biodiversos del mundo

GRUPOS	Puesto 1	Puesto 2	Puesto 3	Puesto 4
Mamíferos	Brasil	Indonesia	China	Colombia
Aves	Colombia	Perú	Brasil	Ecuador
Reptiles	Australia	México	Colombia	Indonesia
Anfibios	Colombia	Brasil	Ecuador	México
Flora, especies endémicas	Brasil	Colombia	Ecuador	Perú

Fuente: Informe sobre el Estado de la Biodiversidad en Colombia 2006-2007 (Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2008.)

Tabla 14. Ranking Regional de Especies con respecto al nivel nacional

Grupo Taxonómico	RANKING REGIONAL DE ESPECIES CON RESPECTO AL NIVEL NACIONAL				
	Región Caribe	Región Central	Región Amazonas	Región Orinoquía	Región Pacífico
Peces (agua dulce)	5to lugar	2do lugar	1er lugar	2do lugar	4to lugar
Aves	2do lugar	1er lugar	3er lugar	5to lugar	4to lugar
Anfibios	5to lugar	1er lugar	3er lugar	4to lugar	2do lugar
Mamíferos	4to lugar	1er lugar	5to lugar	3er lugar	2do lugar
Reptiles	5to lugar	1er lugar	3er lugar	4to lugar	2do lugar
Plantas	4to lugar	1er lugar	2do lugar	5to lugar	3er Lugar

Fuente: Índice de riqueza de especies. Maldonado-Ocampo J.A. y Usma, J.S. 2006.

La Biodiversidad que tiene Colombia le representa Ventajas Comparativas frente a otros países para el posicionamiento y la consolidación de los Negocios Verdes pero estas no son suficientes para ser competitivos en el mercado. Para lograr este objetivo es necesario transformar esas Ventajas Comparativas ambientales en Ventajas Competitivas.

1.4.2. Experiencias Exitosas en Latinoamérica

En la actualidad, Latinoamérica se destaca por su potencial a nivel mundial en recursos de la biodiversidad y por los servicios ecosistémicos que estos le prestan al ser humano. En algunos países de la región estas ventajas comparativas se han venido desarrollando hasta convertirse en ventajas competitivas, las cuales han dado paso a experiencias exitosas en Negocios Verdes.

A continuación se presenta un resumen de las experiencias en Perú y México y se definen los factores de éxito que propiciaron los resultados alcanzados.

1.4.3. De una Ventaja Comparativa a una Competitiva

Perú ha logrado consolidarse como uno de los principales exportadores de productos orgánicos y México como un “hub” de energías alternativas para el mundo. Estos dos países son una clara muestra del avance conseguido durante las últimas décadas en esta materia.

Figura 2. El Caso Mexicano: Energía del Futuro



Fuentes: Energías Renovables para el Desarrollo Sustentable en México, Secretaría de Energía (SENER), 2006; Programa de Fomento de Sistemas Fotovoltaicos en México (2012).

Figura 3. El Caso Peruano: Producción orgánica



Fuente: Documento de discusión: La agricultura orgánica: los beneficios de un sistema de producción sostenible; Potencia exportadora productos orgánicos; PROMPERU 2010.

El factor de éxito consistió en que en cada país se priorizaron los sectores estratégicos, se enlazó el nivel central con el regional, se articularon los diferentes actores públicos y privados, se diseñaron medidas gubernamentales y financieras, se hicieron estudios de oferta y demanda y, lo más importante, el objetivo de posicionar y consolidar estos sectores en la economía nacional e internacional se convirtió en una “Prioridad País”.

Al analizar las Ventajas Comparativas ambientales de estos dos países se puede concluir que Colombia cuenta con las mismas y también con muchas otras que no se han aprovechado; todas ellas, como ya se dijo, deben ser trabajadas para transformarlas en Ventajas Competitivas.

1.4.4. Oportunidades según las tendencias del Mercado

Con el auge de la globalización, la producción nacional debe orientarse hacia los mercados internacionales potenciales, reconociendo cuáles sectores se proyectan como los de mayor crecimiento.

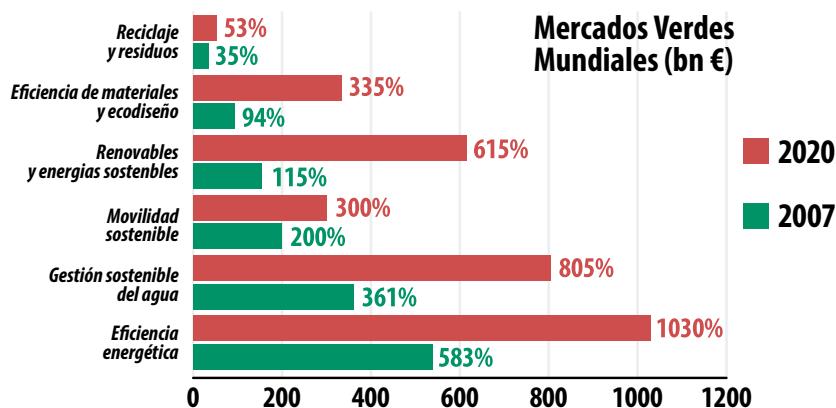
Como vemos en la Tabla 15, los productos agrícolas certificados –con un crecimiento estimado del 328% entre el año 2020 al 2050– y los productos forestales, también certificados –con un crecimiento para este mismo periodo de 233 %–, se identifican como oportunidades potenciales de mercado para Colombia, dadas las ventajas comparativas con las que cuenta el país (diversidad de climas, pisos térmicos, alta biodiversidad).

Tabla 15. Mercados emergentes para los servicios Ecosistémicos y de la Biodiversidad

Oportunidades de mercado	Tamaño del mercado (US \$/año)		
	2008	Estimado 2020	Estimado 2050
Productos agrícolas certificados (ej. orgánicos, grado de conservación)	40 billones (2,5% del mercado global de alimentos y bebidas)	210 billones	900 billones
Productos Forestales certificados (consejo de administración forestal, Programa de reconocimiento de sistemas de certificación forestal pefc)	5 Billones de los productos de CAF	15 billones	50 billones
Biocarbono / compensaciones forestales Ej. MDL, red	21 Millones (2006)	mayor a 10 Billones	mayor a 10 Billones
Pagos por servicios Ecosistémicos relacionados con el agua	5,2 billones	6 billones	20 billones
Pagos por manejo de cuencas	5 millones. varios pilotos (Costa Rica y Ecuador)	2 billones	10 billones
Otros pagos por servicios Ecosistémicos (apoyados por el gobierno)	3 billones	7 billones	15 billones
Compensaciones Voluntarias de biodiversidad	17 millones	100 millones	400 millones
Contratos de Bioprospección	30 millones	100 millones	500 millones
Acuerdos privados por uso del suelo y conservación de servidumbres (EEUU y Australia).	8 billones solo en EEUU	20 billones	Difícil de predecir

Fuente: TEEB. *The Economics of Ecosystems and Biodiversity. Report for Business.* <http://www.teebweb.org/wp>. Pág. 11. 2010

Gráfica 4. Tendencias de los Negocios Verdes a Nivel Mundial



Fuente: Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, Germany pág. 11. 2009. <http://www.ingurumena.ejgv.euskadi.net>

El volumen del mercado mundial de productos y servicios asociados al medio ambiente ascendía en 2007 a cerca de €1.300 billones, considerando específicamente la biotecnología y la nanotecnología como herramientas que contribuyen sustancialmente al desarrollo de las tecnologías ambientales. Se proyecta que este mercado sea, en el año 2020, de más de €3.100 billones, con una tasa anual media de crecimiento del 6,5%, posicionándolo entre los más atractivos, prometedores e innovadores para esa década.

La eficiencia de materiales representa para el país una oportunidad ya que se estima un crecimiento mundial para este sector de 256%, en el periodo de 2007 a 2020. Otro rubro con gran potencial es el de las energías no convencionales, para el cual se proyecta un crecimiento de 296% en ese mismo periodo.

¹⁶Universidad Sergio Arboleda. Política Comercial de Colombia con el mundo. <http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/acuerdos-comerciales.htm>

1.4.5. Oportunidades a partir de los TLC¹⁶

A continuación se describen los tipos de acuerdos comerciales suscritos por Colombia:

Tratados de Libre Comercio: Son acuerdos mediante los cuales dos o más países reglamentan sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y, por esa vía, elevar su nivel de desarrollo económico y social.

Los TLC contienen normas y procedimientos tendientes a garantizar que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que suscriben dichos tratados se realicen sin restricciones injustificadas y en condiciones transparentes y predecibles.

La importancia para Colombia de la firma de estos tratados es que le puede representar múltiples beneficios no solamente en aspectos de tipo comercial, sino para la economía en su conjunto.

Acuerdos de alcance parcial: Tipo de acuerdo bilateral más básico en materias arancelarias que persigue liberar parcialmente el comercio de listados acotados de productos. Normalmente se le concibe como una primera etapa en un proceso de apertura mayor a largo plazo.

Acuerdos de complementación económica (ACE): Denominación que usan los países latinoamericanos en los acuerdos bilaterales que contraen para abrir recíprocamente sus mercados de mercancías, los que se inscriben en el marco jurídico de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Los ACE apuntan a objetivos integradores de apertura de mercados mayores que los acuerdos de alcance parcial.

Acuerdos de Integración económica: El proceso de globalización es alimentado en gran medida por los esfuerzos de las naciones para culminar y cerrar acuerdos de integración en sus diferentes niveles o formas; la internacionalización de empresas, las fusiones y el comercio interregional son factores que influyen en el camino hacia la integración económica de las naciones.

Acuerdos bilaterales: Como su nombre lo indica, son tratados entre dos países y, por lo general, son denominaciones para acuerdos económicos.

Acuerdos multilaterales: Acuerdos concertados dentro del marco jurídico institucional de la Organización Mundial de Comercio, que son aceptados y de carácter obligatorio para todos los países miembros de este organismo multilateral. Estos acuerdos son los pilares sobre los que se basa la Organización.

Tabla 16. Tratados vigentes para Colombia a 2013

Acuerdo	Descripción
Acuerdo CAN	Comunidad Andina. Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.
CARICOM.	Acuerdo principal sobre comercio y cooperación económica y técnica entre la República de Colombia y la Comunidad del Caribe. Jamaica, Belice, Barbados, Dominica antigua, Barbuda, Trinidad y Tobago, Guyana, Granada, Monserrat, San Cristóbal Nieves, Santa Lucia, San Vicente y las Granadinas.
MERCOSUR.	Acuerdo de Complementación Económica. Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay.
Colombia - Chile.	Acuerdo de Complementación Económica, Acuerdo de Libre Comercio y Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.
EFTA.	Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados AELC (EFTA, Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia).
Tratados de libre Comercio	TLC Colombia-México. TLC Colombia - Canadá. TLC Colombia-Estados Unidos. TLC Colombia-Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)
Colombia-Venezuela	Acuerdo de alcance parcial.

Fuente: Ministerio Comercio Industria y Turismo. [https://www\[mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=5398](https://www[mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=5398)

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

A continuación se presentan las cifras de las exportaciones colombianas a los países con los que se tienen acuerdos comerciales, sus productos internos brutos (PIB), el PIB per cápita y sus poblaciones.

Tabla 17. Exportaciones colombianas a los países con acuerdos comerciales primer trimestre 2013

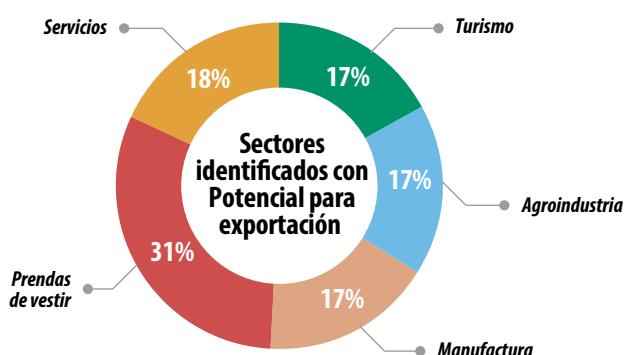
OPORTUNIDADES EN CIFRAS (Acuerdos Comerciales)						
EXPORTACIONES COLOMBIANAS EN MILLONES DE DOLARES (Primer semestre 2013)						
SECTORES	CHILE	MEXICO	TRIANGULO NORTE	SUIZA	CANADA	ESTADOS UNIDOS
Agroindustria	54.669.701	26.133.908	8.770.056	2.093.382	31.054.988	870.321.283
Manufacturas	154.570.625	327.917.002	131.638.630	4.863.690	15.556.770	340.087.936
Prendas de vestir	7.710.261	57.640.095	9.249.336	488.268	5.773.951	162.304.687
Servicios	815.150	6.008.442	1.277.890	6.756	10.720	3.364.425
otros	0	4.835	0	18.943	0	264.376
Total exportaciones	217.765.737	417.699.447	150.935.912	7.452.096	52.396.429	1.376.078.331
PIB, PIB PER CAPITA Y POBLACIÓN						
PIB (US\$ a precios actuales). Fuente: Banco Mundial 2012	268.313.656.099	1.177.271.329.644	92.560.727.923	632.193.558.707	1.821.424.139.311	15.684.800.000.000
PIB per cápita (US\$) 2011	15.363	9.742	3.136	79.052	52.219	49.960
Población	17.248.450	112.336.538,	29.142.806	7,90 millones	34,4 millones	313,2 millones

Fuente: PROEXPORT Colombia. Análisis de exportaciones Colombianas enero-marzo de 2013.

• Sectores Identificados con Potencial Exportador para los Negocios Verdes

Las gráficas que se desarrollan en estos numerales se elaboraron utilizando las listas de productos identificados como con potencial en cada uno de los tratados y acuerdos de libre Comercio vigentes para Colombia a 2013. Para obtener los porcentajes se realizó una clasificación de los productos por sectores y el número de veces que era identificado cada producto en estas listas.

Gráfica 5. Principales sectores identificados como con potencial a partir de los TLC.

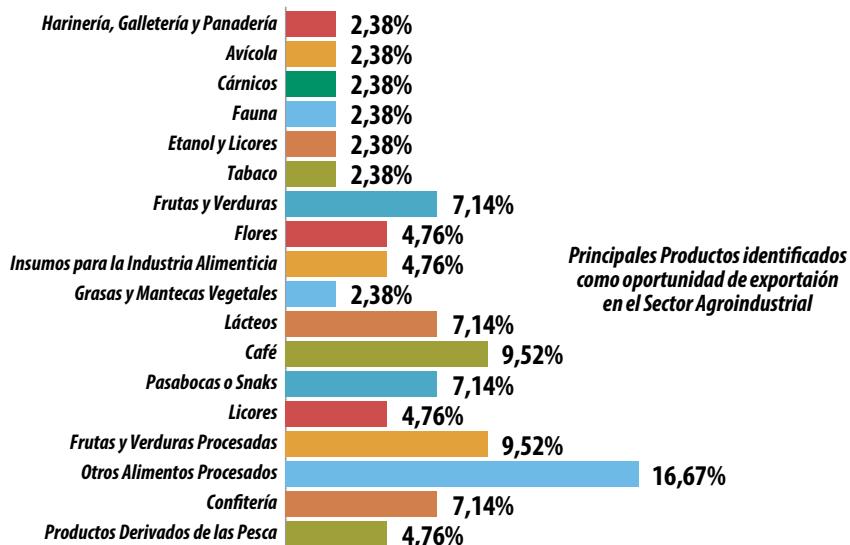


Fuente: PROEXPORT, Fichas Oportunidades para cada TLC vigente.

Dentro de estos sectores, el que posee mayor potencial para la exportación de productos es el Agroindustrial, con un 31% de participación; los demás sectores tienen porcentajes similares entre sí. A continuación se describe cada uno de estos sectores y los productos que los conforman.

• Sector Agroindustria

Gráfica 6. Productos con potencial en el Sector Agroindustria



Fuente: PROEXPORT, Fichas Oportunidades para cada TLC vigente.

Teniendo en cuenta las tendencias crecientes a nivel internacional en cuanto a la demanda de los productos orgánicos y de aquellos que incluyan características ambientales y las oportunidades de exportación identificadas en el sector de Agroindustria, se visualiza a mediano y largo plazo gran potencial para Negocios Verdes en los alimentos procesados, los cuales representan el 16.67% del sector. Les siguen las frutas y verduras procesadas y el café, ambos con 9,52%; confitería y pasabocas, los dos con 7,14%; y las flores, con 4,76%.

Por otra parte, en los tratados se mencionan las siguientes oportunidades específicas para los Negocios Verdes: mermeladas y conservas orgánicas; flores tropicales, esquejes y follajes; frutas exóticas; cafés orgánicos; snacks asados y no fritos, con 0% de grasas trans y preferiblemente que sean de productos orgánicos; aceites esenciales e ingredientes para cosméticos y productos farmacéuticos.

A su vez, existe preferencia por productos previamente preparados para ahorrar tiempo en su elaboración, productos tipo "gourmet", alimentos orgánicos, y productos exóticos y étnicos.

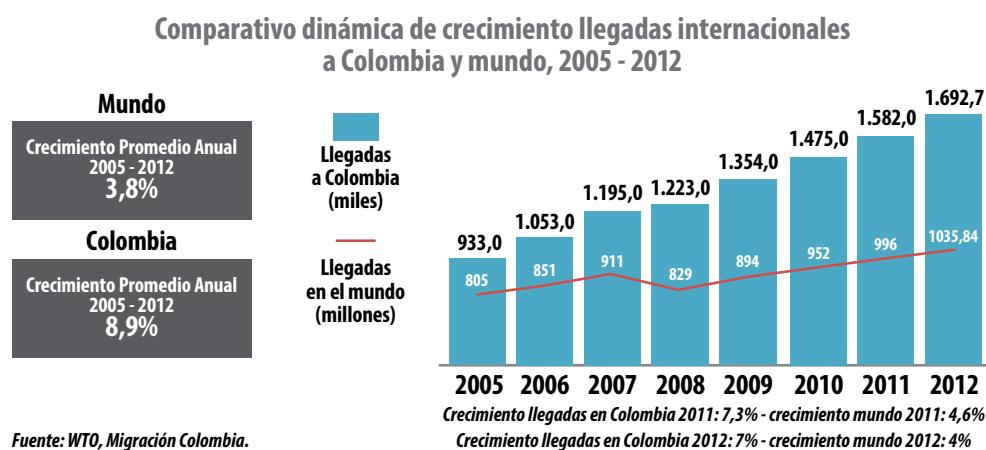
PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

¹⁷PROEXPORT. Informe Turismo Extranjero en Colombia, cifras de enero-abril de 2013.

• Sector Turismo¹⁷

Gráfica 7. Crecimiento sector Turismo en Colombia

El turismo extranjero en Colombia creció a unas tasa tres veces mayor que la mundial



Fuente: WTO, Migración Colombia.

Fuente: PROEXPORT, Fichas Oportunidades para cada TLC vigente.

Como lo indica la gráfica 7, el turismo extranjero en Colombia ha crecido a una tasa tres veces superior que la mundial. En el mundo el crecimiento anual ha sido del 3,8% y en Colombia del 8,9%. De Suramérica es de la región que más se viaja hacia Colombia, con un 46,7% del total de llegadas al país en el periodo enero-abril de 2013. Los viajeros de Norteamérica participaron con el 24% y los europeos con 18,8%.

Lo anterior representa una gran oportunidad para el ecoturismo en Colombia, por lo que es necesario diseñar estrategias que capturen y dirijan al turista extranjero hacia este segmento.

Cabe resaltar que mientras que el turismo a nivel mundial crece con un promedio del 4% anual, el ecoturismo tiene un crecimiento calculado de entre el 10 y el 30%¹⁸.

• Sector Manufactura

Gráfica 8. Productos con potencial en el Sector Manufactura

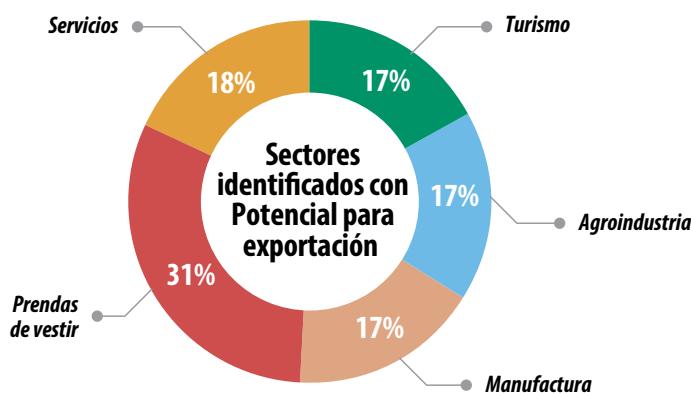


Fuente: Proexport Colombia, Fichas Oportunidades para cada TLC vigente.

En este sector los productos identificados que podrían tener potencial para Negocios Verdes son los siguientes: empaques y envases con un 27,7% (acá entraría todo el tema de empaques biodegradables), seguido de cosméticos con un 18,8% (que usen ingredientes naturales en su elaboración), y productos de aseo con un 9% (con criterios ambientales en su elaboración).

- **Sector prendas de vestir**

Gráfica 9. Productos con potencial en el Sector Prendas de Vestir



Fuente: Proexport Colombia, Fichas Oportunidades para cada TLC vigente.

Como se puede ver, los principales productos que podrían generar oportunidades para los Negocios Verdes son las confecciones y los textiles con insumos orgánicos.

1.4.6. Oportunidades a partir de las Compras Estatales Sostenibles¹⁹

¹⁹Fortalecimiento de las capacidades del país para las compras públicas sostenibles en Colombia. (proyecto del MADS, 2010).

Se define como gasto público las erogaciones en que incurre el conjunto de entidades estatales de un país; comprende las compras y gastos que se realizan en un período determinado, que por lo general es un año. El gasto público es uno de los elementos más importantes en el manejo macroeconómico de un Estado.

El gasto de consumo final del gobierno representó en promedio, durante la última década, el 15,85% del Producto Interno Bruto. Para el año 2009 este consumo ascendió a 85.000 millones de pesos, es decir un 17,2% del PIB. Por su parte, los gastos de funcionamiento representaron 15,2% del PIB, es decir 35.207 millones de dólares.

- **Productos priorizados como con oportunidad dentro de las compras estatales sostenibles**

Con un promedio del 15% del PIB²⁰ nacional, las compras estatales tienen el potencial de ser las dinamizadoras de los Negocios Verdes en Colombia. En la Tabla 18 se describen los productos priorizados según el estudio para el fortalecimiento de las capacidades para las compras públicas sostenibles en Colombia, elaborado por el MADS en el año 2010.

²⁰DANE. Cuentas Nacionales.

Tabla 18. Productos Relacionados a los Negocios Verdes Priorizados por el MADS

Productos	Descripción general de priorización
Café	Aunque el café no se ubica como uno de los bienes de mayor consumo en términos de volumen o gasto por parte de Estado, su producción en Colombia si tiene un alto impacto social y ambiental. Razón por la cual representa una prioridad en la agenda del Gobierno, que ha quedado manifiesta al concertarse el "Acuerdo para la Prosperidad Cafetera", como parte de la política cafetera para el quinquenio 2010-2015.
Fuentes de iluminación ahorradoras de energía	El gasto asociado como lo son todo tipo de fuentes de iluminación, fuentes alógenas, proyectores, reflectores y lámparas fluorescentes es por valor de 16.570 millones de pesos colombianos (enero- sep. 2010). La Unidad de Planeación Minero Energética –UPME- resalta el significativo consumo de fuentes de iluminación del sector oficial dentro del total nacional.
Papel Reciclado	De acuerdo con los datos suministrados por el SICE, con corte a septiembre 30 de 2010, el gasto acumulado es por valor de 9.948 millones de pesos colombianos. Este rubro incluye todo tipo de productos con base al papel, desde papel para impresoras, hasta papel fotográfico o indicador de PH.
Materiales de construcción y edificación	Este rubro de generación de ingresos es muy importante para el país y al mismo tiempo asociado a temas de sostenibilidad ambiental estratégicos para la conservación ambiental. Representa un gasto elevado para el Estado, de acuerdo con los datos del SICE, con corte a septiembre de 2010, el Estado destinó 30.548 millones de pesos en materiales de construcción y edificación.
Elementos de aseo y limpieza	Los elementos de aseo y limpieza biodegradables y sin elementos químicos contaminantes están generando una pauta en aras de descontaminar las fuentes hídricas y de asegurar elementos que no sean nocivos a la salud humana.

Fuente: Fortalecimiento de las capacidades del país para las compras públicas sostenibles en Colombia. (*proyecto del MADS, 2010*).

Tabla 19. Valor de las compras estatales para productos con oportunidad en negocios verdes

Productos priorizados	Porcentaje (valores en millones de pesos)	Valor compras estatales ene- Sep/ 2010 (valores en millones de pesos)
Papel	4,040%	\$ 439.311
Materiales de construcción y edificación	0,281%	\$ 30.548
Fuentes de iluminación, lámparas, Halógenos y reflectores	0,152%	\$ 16.570
Servicios de procesamiento de información	95,516%	\$ 10.385.127
Jabones, limpiadores y Detergentes	0,008%	\$ 857
Café	0,003%	\$ 290
Total	100%	\$ 10.872.703,00

Fuente: Fortalecimiento de las capacidades del país para las compras públicas sostenibles en Colombia. (*proyecto del MADS, 2010*).

Los productos priorizados dentro de las compras estatales relacionados con los Negocios Verdes ascienden a 487.576 millones de pesos (excluyendo servicios de procesamiento de información), para el periodo enero-septiembre de 2010. Esto representa una oportunidad de negocio para los productores relacionados con estos y otros sectores.





2. MARCO POLÍTICO DEL PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES (PNNV)

Este capítulo introduce el marco político actual de los Negocios Verdes, contextualizado en la Política de Producción y Consumo Sostenible, la cual integra y actualiza la PML y el PENMV, la Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos –que enmarca los instrumentos ambientales de gestión para la conservación de la biodiversidad– y la Declaración de Crecimiento Verde, estrategia de la OCDE a la que adhirió Colombia.

2.1. Política de Producción y Consumo Sostenible (PPyCS)

El país, por medio de la PML y el PENMV, ha sido consistente en señalar que sus recursos naturales y la contribución a la sostenibilidad ambiental pueden llegar a ser factores determinantes de competitividad empresarial y de generación de empleo para lograr un nuevo modelo económico de desarrollo sostenible e inclusivo.

Es así como el MADS adopta en el año 2012 la PPyCS “Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva”, mediante la cual se actualizan e integran la PML y el PENMV como estrategias del Estado Colombiano que promueven el mejoramiento ambiental y lo enlazan a la transformación productiva y a la competitividad empresarial.

2.1.1. *Objetivo*

El objetivo de la Política es dirigir los patrones de producción y consumo de la sociedad colombiana hacia la sostenibilidad ambiental, contribuyendo a la competitividad de las empresas y al bienestar de la población. Se pretende generar oferta y demanda de bienes y servicios más sostenibles en los mercados, reducir la contaminación, conservar los recursos naturales y fomentar el uso sostenible de la biodiversidad, todo esto como fuente de competitividad empresarial.

Esta Política articula la oferta (producción) y la demanda (consumo) del mercado y busca impulsar el crecimiento económico por medio de una mayor eficiencia en la utilización de los recursos naturales y un uso sostenible de la biodiversidad. Este cambio –la inclusión de la demanda en la política– es fundamental para entender el mercado de bienes y servicios sostenibles, pues se utiliza el poder del mercado para generar beneficios sociales y ambientales.

2.1.2. *Estrategia “Emprendimiento de Negocios Verdes”*

Dentro de las estrategias de acción de la PPyCS, en la número 7 se incluye el **emprendimiento de Negocios Verdes** (productos o servicios con calidades ambientales y/o aprovechamiento sostenible de la biodiversidad) y el fortalecimiento de los ya existentes, cuyo impulso contribuye a esta transformación productiva y a la generación de empleo, así como al desarrollo de un sector con alto potencial.

Según dicha Política, las acciones instrumentales que orientan el desarrollo de esta estrategia son: (i) La ampliación de la capacidad de redes y programas de incubación y aceleración de emprendimientos verdes (por ejemplo, el Observatorio Nacional de Biocomercio). (ii) El fortalecimiento de ferias, exposiciones y espacios de intercambio comercial de Negocios Verdes. (iii) La creación y articulación de fondos de inversión de capital semilla para negocios con alto potencial de éxito. (iv) El desarrollo de una plataforma de información pública sobre emprendimientos sostenibles (criterios, programas, portafolios, inversión y ventas). (v) La articulación de concursos de planes de negocios enfocados hacia el emprendimiento de Negocios Verdes.

La estrategia de emprendimiento de Negocios Verdes se dirige prioritariamente hacia la promoción de empresas que incorporen temas como uso eficiente de energía, adaptación al cambio climático, manejo de residuos, tecnologías más limpias, materiales de construcción sostenibles, uso sostenible de la biodiversidad, biotecnología y agroindustria.

En el capítulo “Sectores estratégicos para enfatizar la política” se hace mención de los sectores prioritarios como aquellos con mayor potencial para alcanzar las metas generales planteadas²¹. De ellos, los que tienen una relación directa con los Negocios Verdes son los siguientes: productos y servicios provenientes de la biodiversidad; alimentos ecológicos; agroindustrial; manufacturero (envases y empaques, alimentos); construcción (materiales sostenibles); y turismo (ecoturismo).

²¹Se resalta que la Política no excluye a sector alguno para su implementación.

A lo largo del contenido se hace referencia a los Negocios Verdes como sectores a los que la Política buscará consolidar, articular y promover su competitividad. En las acciones instrumentales de las siete (7) estrategias restantes mencionadas, se encuentran elementos que son transversales al programa de emprendimiento de Negocios Verdes. Algunos elementos son: "Desarrollo de sistemas de aprovechamiento de residuos a nivel regional; Promover entre proveedores y consumidores de bienes y servicios sostenibles, el uso de auto-declaraciones y/o certificaciones ambientales como el Sello Ambiental Colombiano, entre otras; Promover espacios comerciales a nivel regional, nacional e internacional, así como adoptar Bioexpo Colombia como un espacio de promoción de negocios sostenibles; Desarrollar una plataforma de divulgación pública de información sobre productos, servicios y proveedores sostenibles; Fortalecer la capacidad de investigación aplicada de centros, instituciones, fundaciones y empresas, en materia de producción y consumo sostenible; Promover el desarrollo de iniciativas de negocios inclusivos".

Adicionalmente, algunas de las áreas prioritarias hacia donde se dirigen las acciones instrumentales de las estrategias planteadas en la Política se relacionan con los Negocios Verdes; por ejemplo, las áreas de trabajo de la estrategia N°4 "Fortalecimiento de capacidades e investigación", soportan el desarrollo de la estrategia N° 7 "Emprendimiento de Negocios Verdes".

Sin embargo, es importante decir que, con el fin de que todo lo anterior se pueda desarrollar de forma apropiada y sincronizada, es necesario crear unas líneas de acción concretas.

2.1.3. Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV)

De conformidad con lo previsto en el artículo 9 del decreto Ley 3570 de 2011, corresponde a la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles (ONVS) del MADS, entre otras funciones, impulsar políticas, planes y programas, tanto a nivel nacional como internacional, que promuevan la investigación, el desarrollo y la innovación en torno a productos de la biodiversidad, en coordinación con las dependencias del Ministerio y las entidades del Sector Administrativo de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se hace necesario, para una adecuada ejecución de la estrategia de emprendimiento de Negocios Verdes –adoptada en la PPyCS–, diseñar los lineamientos para la formulación del PNNV y sus cinco (5) Programas Regionales. Con esto se asegura la correcta, armónica y coordinada implementación de acciones, en el ámbito nacional y regional, tendientes a la realización de los objetivos de la Política bajo el liderazgo del MADS, las autoridades ambientales regionales y urbanas, y con la participación de los actores sociales y económicos del ámbito nacional y regional relacionados con el tema.

2.1.4. Programas Regionales de Negocios Verdes

En la jurisdicción de cada una de las Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible, en la de las autoridades ambientales urbanas y en los Distritos de que trata la Ley 768 de 2002, se adoptará un Programa Regional de Negocios Verdes para cada una de las cinco regiones del país (Caribe, Central, Amazonas, Orinoquía y Pacífico). Este será la hoja de ruta para la implementación de las acciones de la estrategia de promoción de los Negocios Verdes, contenida en la PPyCS “Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva”, con una vigencia de doce (12) años, contados a partir de su adopción.

Los Programas Regionales de Negocios Verdes se formularon y se ejecutarán con el acompañamiento y articulación de todas las entidades públicas con responsabilidades en la implementación de la estrategia, en el ámbito de jurisdicción respectivo, con los gremios económicos y las organizaciones civiles con presencia local y regional, con el fin de fortalecer la oferta y la demanda y consolidar la dinámica del mercado de estos negocios.

2.1.5. Aporte del PNNV y sus Programas Regionales al cumplimiento de las Metas Generales de la PPyCS

La PPyCS presenta unas metas generales desglosadas en dos períodos (2014 y 2019) para cada uno de los indicadores planteados (Ver Tabla Nº 20). Los Programas de Negocios Verdes aportan al cumplimiento de las metas generales mediante el plan de acción de cada una de sus líneas estratégicas de intervención; en el capítulo “Planeación Estratégica” se detalla esta relación.

Tabla 20. “Metas generales Política de Producción y Consumos Sostenible”

Indicador	Meta 2014	Meta 2019
Intensidad energética (Consumo nacional de energía total / PIB)	Reducción 3%	Reducción 10%
Consumo de agua total / PIB	Reducción 3%	Reducción 10%
Valor de bienes y servicios ambientales que cuenten con certificaciones de buen manejo ambiental/ PIB total	Aumento 10%	Aumento 30%
Empresas certificadas con ISO 14001 u otro sistema internacionalmente aceptado de desempeño ambiental	Aumento 20%	Aumento 40%
Número de empresas con indicadores sociales y ambientales reportados en sistemas e índices verificables y reconocidos internacionalmente	Aumento 10%	Aumento 40%
Porcentaje de la inversión realizada en compras sostenibles de bienes y servicios priorizados en las entidades estatales.	10%	30%
Número de normas expedidas para gestión post-consumo de residuos prioritarios o de consumo masivo	10	20
Instituciones Educativas con programas de capacitación permanentes en producción y consumo sostenible.	20%	40%

Fuente: PPyCS (2010)

2.2. Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE)

Esta Política es la que enmarca y orienta, conceptual y estratégicamente, todos los demás instrumentos ambientales de gestión (políticas, normas, planes, programas y proyectos), existentes o que se creen, para la conservación de la biodiversidad en sus diferentes niveles de organización, además de ser base de articulación intersectorial y parte fundamental en el desarrollo del país.

El objetivo central es promover la Gestión Integral para la Conservación de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos, de manera que se mantenga y mejore la resiliencia de los sistemas socioecológicos, a escalas nacional, regional y local, considerando escenarios de cambio, y a través de la acción conjunta, coordinada y concertada del Estado, el sector productivo y la sociedad civil.

El PNNV se enmarca en el eje temático Nº 3 de la Política –Biodiversidad, Desarrollo Económico, Competitividad y Calidad De Vida–, que hace referencia a la necesidad de incorporar la biodiversidad y el suministro de servicios ecosistémicos en la planificación y toma de decisiones sectoriales. De esta manera se genera corresponsabilidad para adelantar acciones de conservación y valoración integral (económica y no económica), permitiendo mantener la sostenibilidad en las acciones de producción, extracción, asentamiento y consumo y el mejoramiento de la calidad de vida a escalas nacional, regional y local.

La Política hace mención a la necesidad de ajustar su marco político nacional al nuevo Plan de Acción 2011–2020 del Convenio de Diversidad Biológica (CDB), de manera que se contribuya al cumplimiento de las Metas de Aichi de reducción de las tasas de pérdida de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos. Las Metas de Aichi fueron definidas en la 10a Conferencia de las Partes (COP) del Convenio de Diversidad Biológica (CDB), realizada en Nagoya, Japón, en octubre de 2010.

El PNNV aporta al cumplimiento de las siguientes Metas de Aichi por medio de la implementación de sus líneas estratégicas de intervención, presentadas en el capítulo de “Planeación Estratégica”:

Tabla 21. Relación de Negocios Verdes con Metas Aichi

Meta 2: Para 2020, a más tardar, los valores de la diversidad biológica habrán sido integrados en las estrategias y los procesos de planificación de desarrollo y reducción de la pobreza nacional y local y se estarán integrando en los sistemas nacionales de contabilidad, según proceda, y de presentación de informes.

Meta 3: Para 2020, a más tardar, se habrán eliminado gradualmente o reformado los incentivos, incluidos los subsidios, perjudiciales para la diversidad biológica, a fin de reducir al mínimo o evitar los impactos negativos, y se habrán desarrollado y aplicado incentivos positivos para la conservación y utilización sostenible de la diversidad biológica de conformidad con el Convenio y otras obligaciones internacionales pertinentes y en armonía con ellos, tomando en cuenta las condiciones socioeconómicas nacionales.

Meta 4: Para 2020, a más tardar, los gobiernos, empresas e interesados directos de todos los niveles habrán adoptado medidas o habrán puesto en marcha planes para lograr la sostenibilidad en la producción y el consumo y habrán mantenido los impactos del uso de los recursos naturales dentro de límites ecológicos seguros.

Tabla 21. Relación de Negocios Verdes con Metas Aichi

Meta 6: Para 2020, todas las reservas de peces e invertebrados y plantas acuáticas se gestionan y cultivan de manera sostenible y lícita y aplicando enfoques basados en los ecosistemas, de manera tal que se evite la pesca excesiva, se hayan establecido planes y medidas de recuperación para todas las especies agotadas, las actividades de pesca no tengan impactos perjudiciales importantes en las especies en peligro y los ecosistemas vulnerables, y los impactos de la pesca en las reservas, especies y ecosistemas se encuentren dentro de límites ecológicos seguros.
Meta 7: Para 2020, las zonas destinadas a agricultura, acuicultura y silvicultura se gestionarán de manera sostenible, garantizándose la conservación de la diversidad biológica.
Meta 12: Para 2020, se habrá evitado la extinción de especies en peligro identificadas y su estado de conservación se habrá mejorado y sostenido, especialmente para las especies en mayor declive.
Meta 18: Para 2020, se respetan los conocimientos, las innovaciones y las prácticas tradicionales de las comunidades indígenas y locales pertinentes para la conservación y la utilización sostenible de la diversidad biológica, y su uso consuetudinario de los recursos biológicos, sujeto a la legislación nacional y a las obligaciones internacionales pertinentes, y se integran plenamente y reflejan en la aplicación del Convenio con la participación plena y efectiva de las comunidades indígenas y locales en todos los niveles pertinentes.
Instituciones Educativas con programas de capacitación permanentes en producción y consumo sostenible.

2.3. Declaración de Crecimiento Verde de la OCDE

²²ABC de Colombia en la OCDE.
Presidencia de la República, 2013.
http://wsp.presidencia.gov.co/prensa/2013/mayo/paginas/20130530_01.aspx

En el año 2013 Colombia adhirió a la Declaración de Crecimiento Verde de la OCDE, instrumento que busca enfocar los esfuerzos hacia la elaboración de estrategias de crecimiento verde que lleven a un uso más eficiente de los recursos naturales²². El PNNV como instrumento de planificación política se enmarca en esta Declaración de Crecimiento Verde.

La OCDE es un organismo internacional que, desde 1961, asesora a los países para el mejoramiento de sus políticas públicas y fija estándares internacionales dentro de un amplio rango de temas, sobre todo a partir de hechos y experiencias reales. Es considerado un centro de intercambio de buenas prácticas en políticas públicas a nivel mundial.

En la reunión del Consejo de Ministros de la OCDE, celebrada en junio de 2009, los ministros de 34 países firmaron una Declaración sobre Crecimiento Verde, en la que se dice que “fortalecerán sus esfuerzos para trabajar en estrategias de crecimiento verde como parte de sus respuestas a la crisis y más allá, reconociendo que lo verde y el crecimiento pueden ir de la mano”. Apoyaron, además, un mandato para que la OCDE formulara una Estrategia de Crecimiento Verde en la que se reunieran aspectos económicos, ambientales, sociales, tecnológicos y de desarrollo en un marco completo.

Crecimiento verde significa fomentar el crecimiento y el desarrollo económico y, al mismo tiempo, asegurar que los bienes naturales continúen proporcionando los recursos y los servicios ambientales de los cuales depende nuestro bienestar. Para

lograrlo, se deben catalizar inversiones e innovaciones que apuntalen el crecimiento sostenido y abran paso a nuevas oportunidades económicas²³.

²³Hacia el crecimiento verde: Un resumen para los diseñadores de Políticas. OCDE, 2011.

La estrategia menciona que el crecimiento verde es necesario porque los riesgos para el desarrollo van en aumento a medida que el crecimiento continúa erosionando el capital natural. Si tal situación no se controla, esto significaría una mayor escasez de agua, una creciente reducción de los recursos, una mayor contaminación, cambio climático y una pérdida irreversible de la biodiversidad.

El marco de referencia de la Estrategia de Crecimiento Verde proporciona una lupa para observar el crecimiento e identificar los aspectos mutuamente fortalecedores de la política económica y ambiental. La estrategia reconoce el valor total del capital natural como un factor de producción, junto con otros productos y servicios. Se concentra en maneras rentables de atenuar las presiones ambientales para lograr una transición hacia nuevos patrones de crecimiento que evitarán superar umbrales ambientales vitales, a nivel local, regional y global.

A su vez, hace mención a que se debe prestar atención específica a muchos de los temas sociales y preocupaciones relacionadas con la equidad, que puedan presentarse como un resultado directo del avance hacia una economía verde, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Para lograr esto, debe ponerse en práctica en paralelo con iniciativas centradas en el pilar social más amplio del desarrollo sostenible.

La aplicación de la estrategia de crecimiento verde implicará una mezcla de instrumentos que se basan en dos conjuntos extensos de políticas. El primer conjunto incluye condiciones de marco de referencia que mutuamente refuerzan el crecimiento económico y la conservación del capital natural. El segundo incluye políticas orientadas a brindar incentivos para el uso eficiente de los recursos naturales y para hacer que la contaminación sea más costosa. Lo anterior hace parte de los objetivos que persigue el PNNV, en el que se busca reforzar y fomentar la consolidación de bienes y servicios verdes y sostenibles en el país.

"La pérdida de la biodiversidad y la degradación de los ecosistemas continúan aumentando, lo que pone en peligro a las empresas, pero, si esto se gestiona en forma adecuada, puede transformarse en nuevas oportunidades."

Bjorn Stigson, presidente del World Business Council for Sustainable Development
www.wbcsd.org



3. OBJETIVO

3.1. Objetivo General

Definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, el fomento y la promoción tanto de la oferta como de la demanda de los Negocios Verdes y Sostenibles en el país, a través de la implementación de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional que conlleve al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural de Colombia.

3.2. Objetivos Específicos

- Potenciar y transformar las ventajas comparativas en materia ambiental de cada una de las regiones del país en ventajas competitivas en el mercado de los Negocios Verdes.
- Conservar los recursos naturales, realizar una gestión sostenible de la biodiversidad y de los servicios ecosistémicos, y fomentar la sostenibilidad ambiental del país.
- Generar nuevas fuentes de empleos directos e indirectos que mejoren el bienestar y la calidad de vida de la población nacional.



4. METODOLOGÍA

La construcción del PNNV, se realizó de manera participativa en conjunto con los actores del territorio que tienen relación con la promoción y fortalecimiento de esta clase de negocios. El proceso para la elaboración del Programa se basó en las siguientes acciones:

- **Fase I:** Realización del diagnóstico de contextualización para las cinco (5) regiones del país (Caribe, Central, Amazonas, Orinoquía y Pacífico).
- **Fase II:** Identificación de las autoridades ambientales con jurisdicción en cada una de las cinco (5) regiones del país. Dichas autoridades hicieron la convocatoria de manera conjunta con el MADS para la realización de talleres locales con los siguientes actores del territorio: productores, organizaciones gubernamentales, y no gubernamentales afines a los Negocios Verdes (Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación, SENA, gobernaciones, municipios, cámaras de comercio, universidades, centros de investigación, secretaría de ambiente, secretarías de agricultura, 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 de talleres locales 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 PNNV y de los cinco Programas Regionales.
- **Fase IV:** Realización de talleres regionales 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 de los cinco (5) Programas Regionales, teniendo como base la información recolectada en las fases anteriores.
- **Fase VI:** Construcción del PNNV, validando, por medio de talleres participativos regionales y nacionales, las definiciones de sus sectores, los criterios de diferenciación de un Negocio Verde y sus herramientas.



Amacayacu - Atardecer - Foto Sandra Suarez
Parques Nacionales Naturales de Colombia

5. 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:

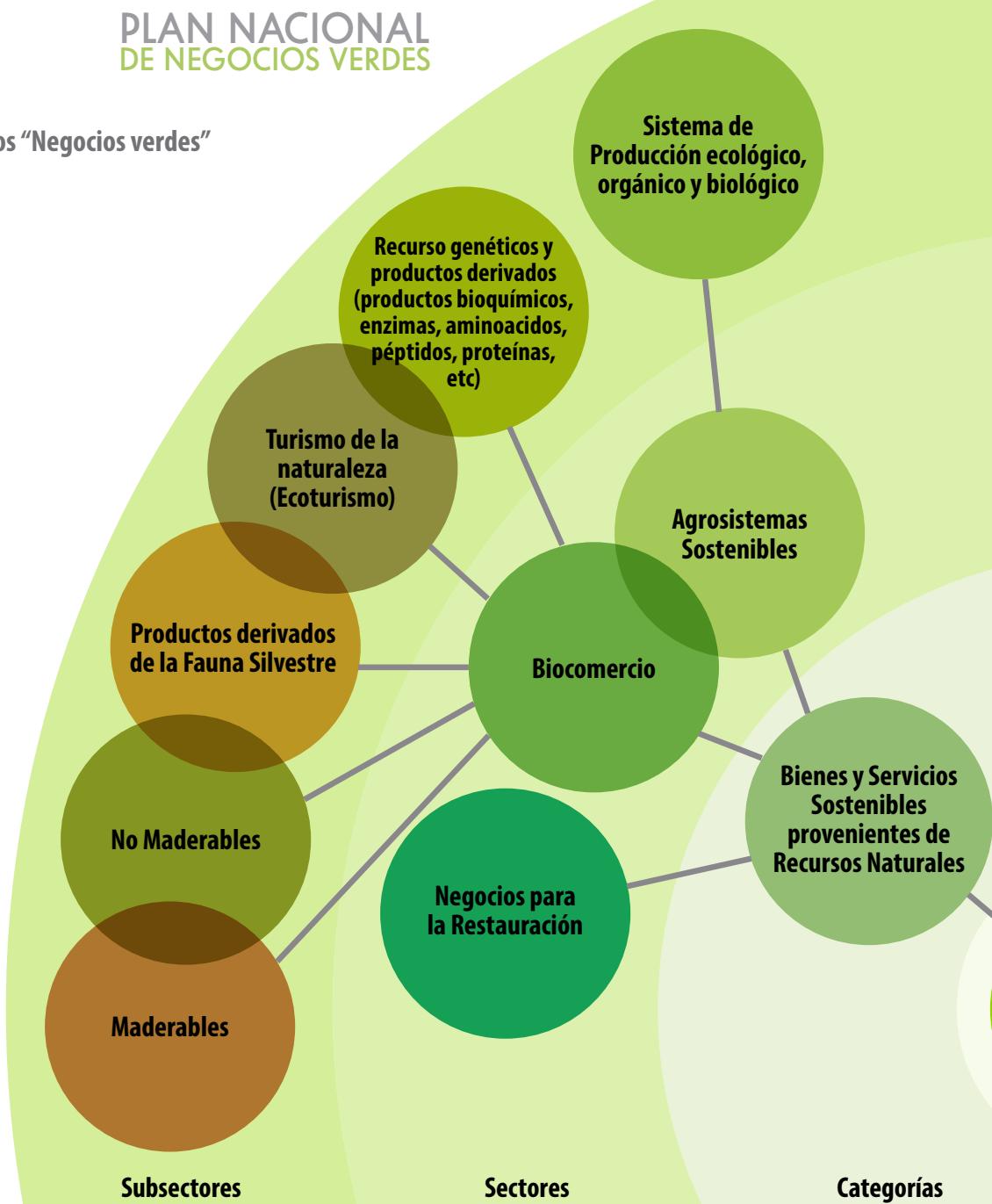
La ONVS del MADS promoverá tanto la oferta como la demanda de los Negocios Verdes y Sostenibles.

5.1. 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)

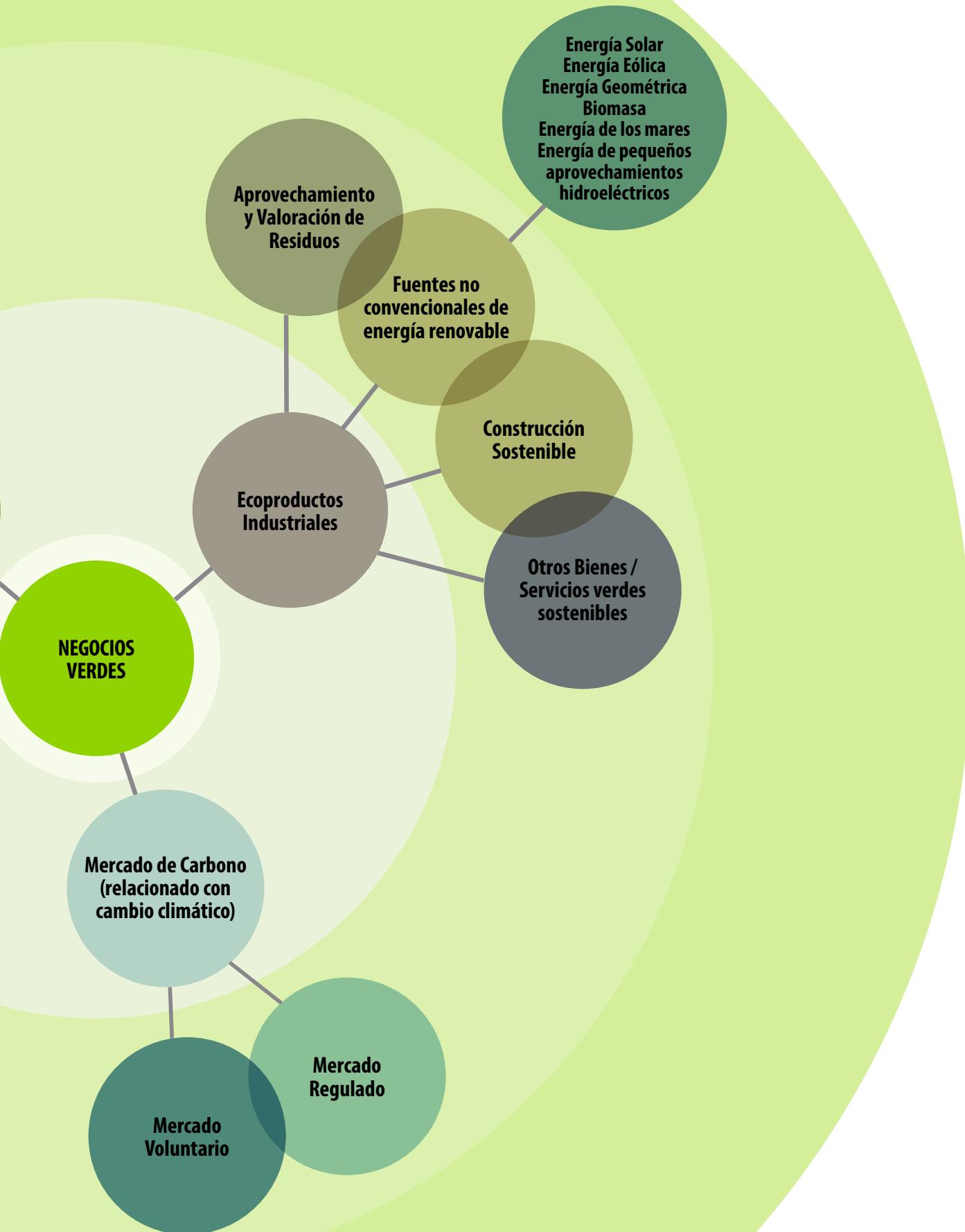
PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Figura 4. 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 (**Recurso genéticos y sus derivados**).

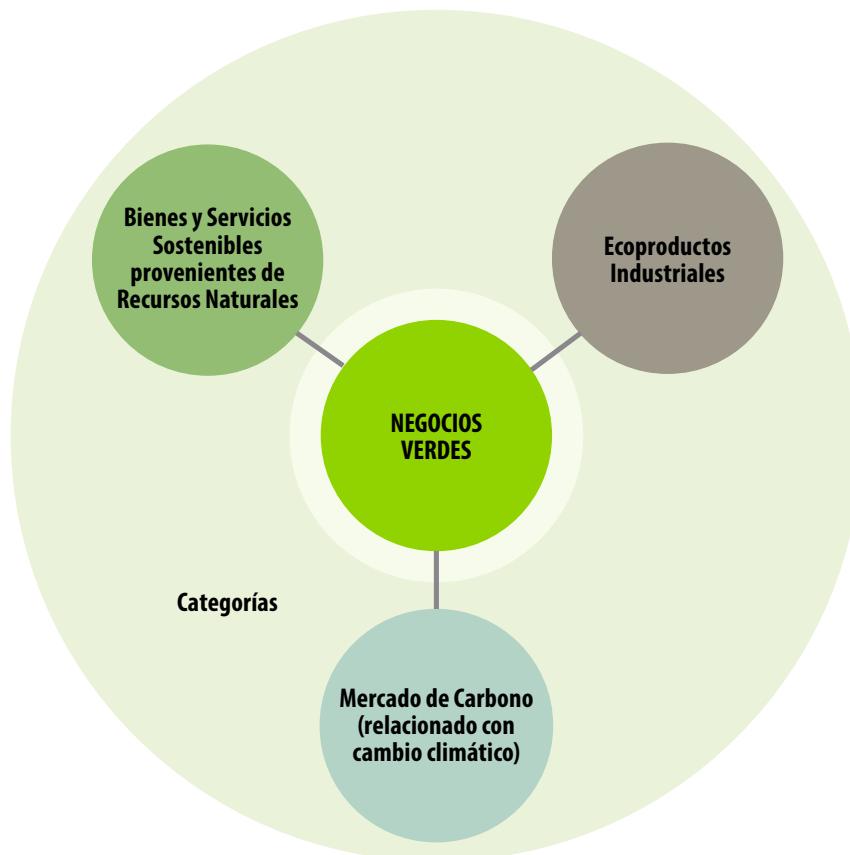
PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES



5.2. Definición de categorías, sectores y subsectores de Negocios Verdes

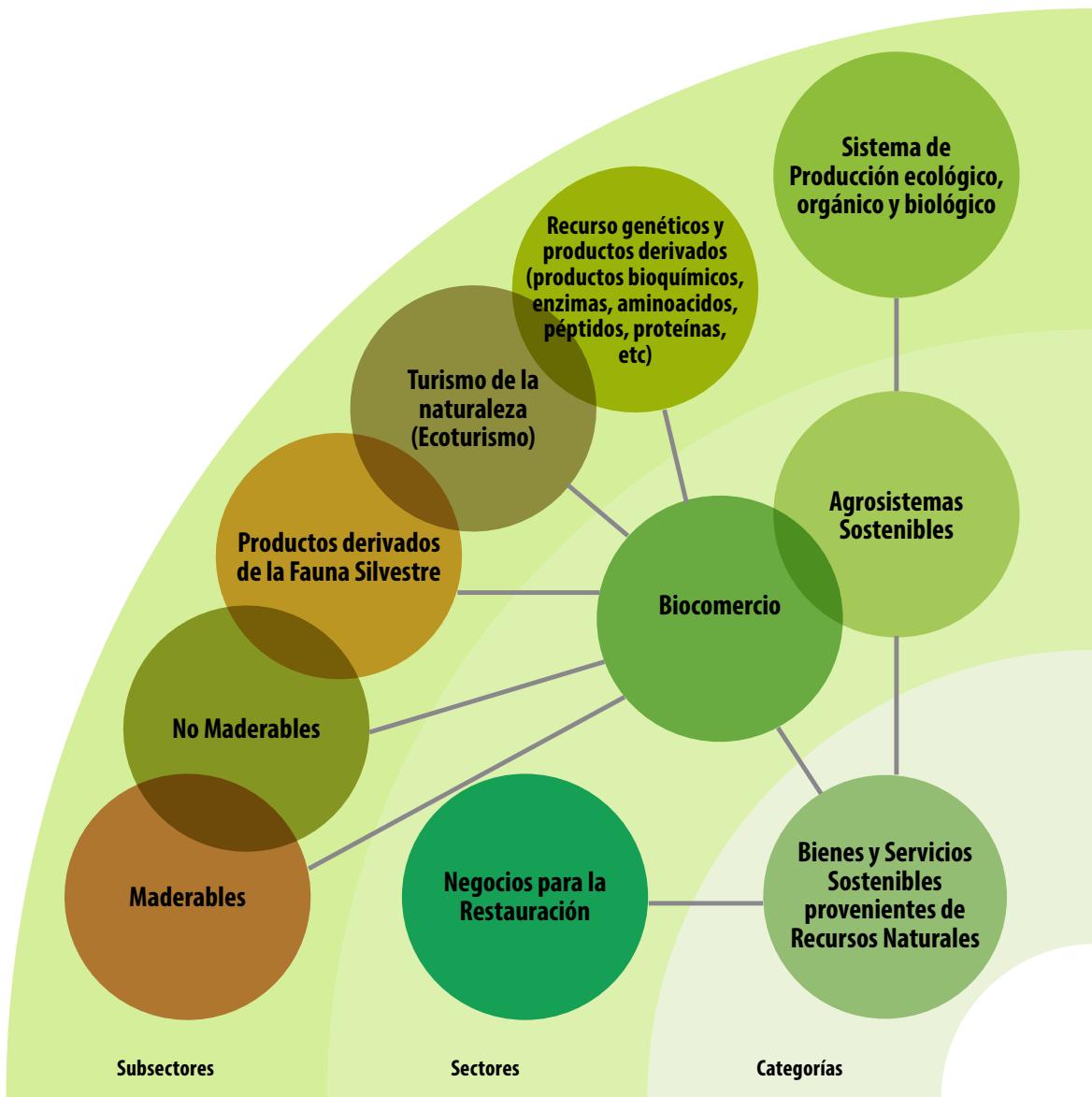
- **Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales:** Son aquellos que, en su proceso de aprovechamiento, producción, manejo, transformación, comercialización y/o disposición, incorporan mejores prácticas ambientales, garantizando la conservación del medio de donde fueron extraídos 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).

Figura 5. Categorías de Negocios Verdes en Colombia



5.3. Definiciones conceptuales de la categoría: Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales

Figura 6. 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).

²⁵Artículo 195, Decreto 9811 de 1974,
Código Nacional de Recursos Naturales.

Productos no Maderables: Aquellos productos obtenidos mediante el aprovechamiento sostenible de la flora²⁵, diferentes a productos maderables. Estos pueden ser: exudados (resinas, aceites, oleoresinas, utilizados para alimentación, productos farmacéuticos o industriales), estructuras vegetativas (tallos, hojas, raíces, yemas apicales) y partes reproductivas (nueces, frutos, aceites de semillas y semillas), entre otros (ONVS, Dirección de Asuntos Ambientales Sectorial y Urbana, 2014).

Productos derivados de la Fauna Silvestre:

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

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

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

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

Negocios para la restauración: Es el desarrollo de procesos de restauración de ecosistemas naturales degradados, a partir de la producción, provisión o transacción de material vegetal, biorremediación, entre otros²⁶ (ONVS, DBBSE, 2014).

²⁶Plan Nacional de Restauración en construcción (2014).

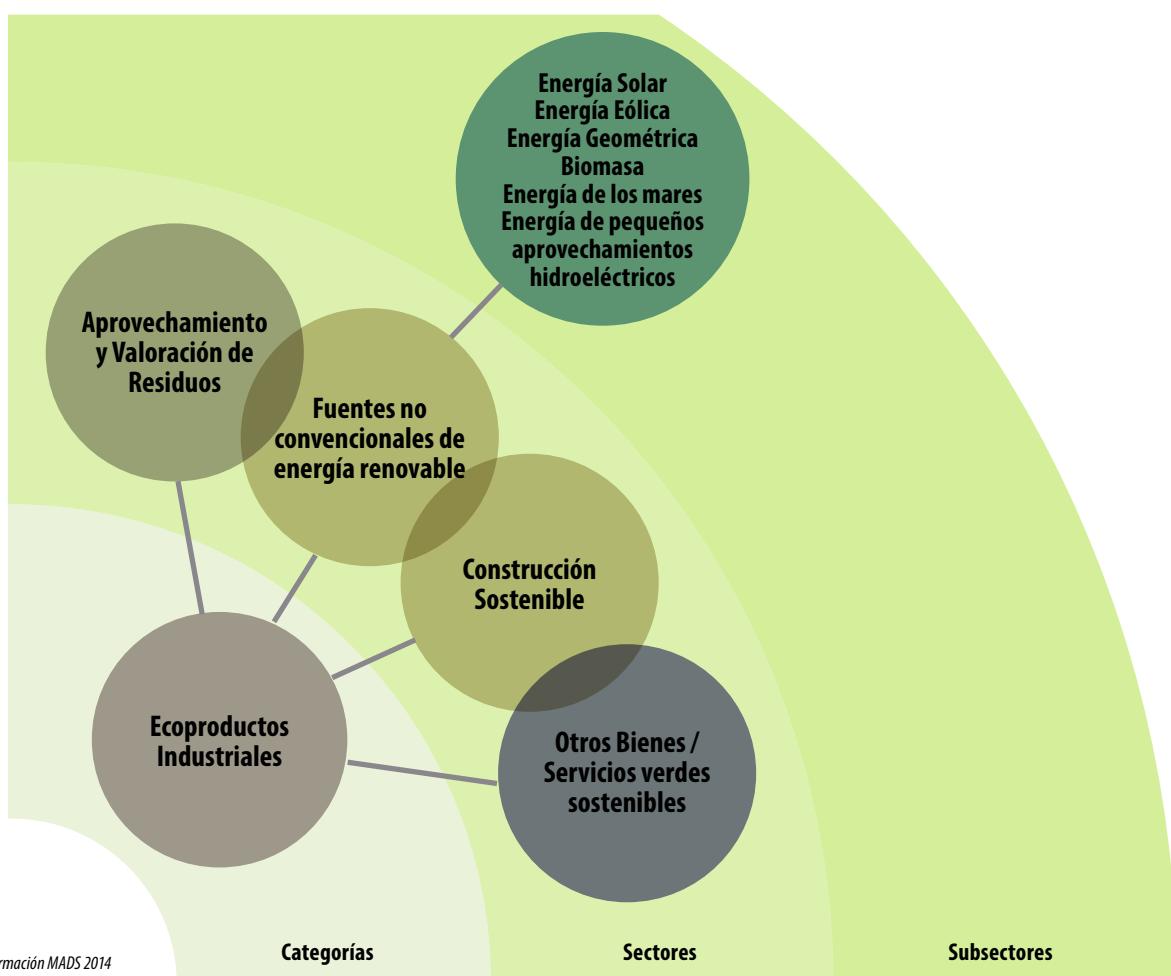
Agrosistemas Sostenibles: Son sistemas que pueden mantener el recurso base del cual se depende, aportando un mínimo de insumos artificiales externos, y cumpliendo con unas prácticas de sostenibilidad ambiental, social y económica que le permitan al sistema tener la capacidad de recuperarse (adaptado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

Sistema de producción ecológico, orgánico o biológico²⁷: 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).

²⁷Como sinónimos según la norma colombiana.

5.4. Definiciones conceptuales de la categoría Ecoproductos Industriales

Figura 7. Clasificación de la categoría Ecoproductos Industriales



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.

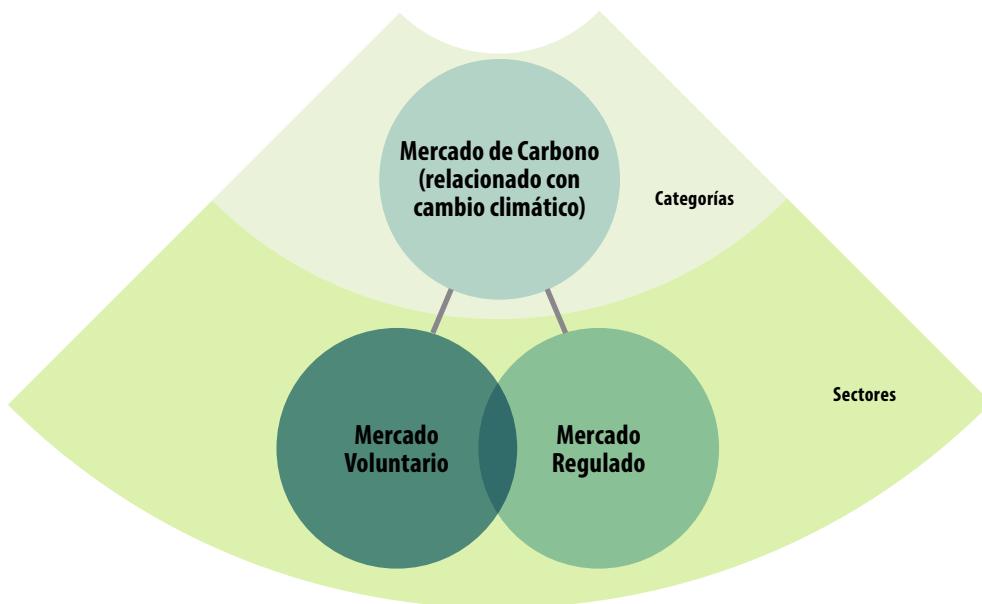
Construcción sostenible: Se refiere a aquellas construcciones que en el diseño, la construcción, la operación y el desmonte, utilizan las mejores prácticas desde los puntos de vista ambiental, social y económico, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas y respetando el ambiente y los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

5.5. Definiciones conceptuales de la categoría: Mercado de Carbono

Figura 8. Clasificación de la categoría Mercado de Carbono.



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

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



Plaza Mercados Verdes
Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles
MADS

6. CARACTERÍSTICAS Y CRITERIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES²⁸

²⁸Propuesta adaptada de los criterios definidos para el portafolio de bienes y servicios sostenibles del Programa de Trasformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

¿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 Sostenibles²⁹.

²⁹El 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

6.1. Desarrollo de los Criterios



6.1.1. 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.



6.1.2. 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	Re población 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



6.1.3. Enfoque de Ciclo de Vida del Bien o Servicio³⁰

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.



6.1.4. Vida Útil

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



³¹Una 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.

6.1.5. Sustitución de Sustancias o Materiales Peligrosos³¹

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.



6.1.6. 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.



6.1.7. 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.



6.1.8. Responsabilidad Social al Interior de la Empresa

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

- Calidad en el empleo formal (mejores condiciones en las prestaciones sociales y el pago de salarios, a las exigidas por ley).
- Contratación de personal en estado de vulnerabilidad (discapacitados, minorías étnicas, desplazados por la violencia, desmovilizados de grupos armados, madres cabeza de familia).
- Igualdad de oportunidades (entre diversos niveles jerárquicos, género, raza o religión).
- Apoyo a la conformación de fondos internos para el bienestar del trabajador.
- Apoyo a programas especiales para mejorar la calidad de vida de sus empleados y de sus familias (vivienda, educación formal y no formal, cultura, recreación y deportes, preparación para el retiro y jubilación de sus empleados).

- Implementación de programas innovadores en temas de seguridad industrial y salud ocupacional (adicionales a lo exigido por ley).
- Pago de una tasa justa a los accionistas y empleados (bonos) de los dividendos de la empresa.



6.1.9. 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.



6.1.10. 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.



6.1.11. 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.



6.1.12. 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.

6.2. 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 deseé demostrar; y cualquier otro soporte que permita evidenciar el cumplimiento del criterio.

A continuación se presentan los **mecanismos mínimos** de verificación:

Tabla 22 “Mecanismos de Verificación”

Indicador	Meta 2014
Viabilidad Económica del Negocio	<p>Potencialidad del Mercado El emprendedor o empresario tiene claro: 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 que piensa ofrecer (tendencias, mercado potencial, cuantificar el mercado); cuál es su competencia directa e indirecta; cuál es su propuesta de valor para el mercado.</p> <p>Rentabilidad 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)³²</p> <p>Organización El equipo de trabajo cubre las necesidades empresariales básicas que exige la actividad económica; plan de contratación de personal para cubrir necesidades empresariales básicas; experiencia demostrable con el Core (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 (Ej: matriz de proveedores, ecodiseño de productos, campañas de sensibilización, registros de entrenamientos, registros de solicitud de criterios ambientales a proveedores, otros).
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 puedan 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 soporte que demuestren el apoyo a fondos para el trabajador.
Responsabilidad social en la cadena de valor de la empresa	Certificado del representante legal de cada empresa. Declaración juramentada. Vinculación de personas en estado de vulnerabilidad en la nómina y/o contratos a término definido recurrentes. Contratos con empresas de economía social, miPYMES y PYMES. Programas de desarrollo de proveedores/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 soporte 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.



Yaigoje Apaporis- ACIYA (53)
Parques Nacionales Naturales de Colombia

7. 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.

7.1. Instrumentos Económicos y Tributarios en Materia Ambiental aplicables a los Negocios Verdes en Colombia³³

³³ECOVERSA, Septiembre del 2009.
Recopilación, evaluación y análisis
de los instrumentos económicos y
tributarios existentes en materia
ambiental.

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.

7.1.1. Instrumentos aplicables en Colombia

Tabla 23. Instrumentos Económicos, financieros y tributarios aplicables en Colombia

INSTRUMENTO	DESCRIPCIÓN Y MARCO LEGAL
ECONÓMICOS	Eco-etiquetado Sello ecológico a productos con buen desempeño ambiental. Res. 1555/2005. Establece el Reglamento de Uso del Sello Ambiental Colombiano, para la promoción de productos que pueden reducir los efectos adversos, en comparación con otros productos de la misma categoría, contribuyendo así a un uso eficiente de los recursos naturales y a un elevado nivel de Protección del medio ambiente.
	Mecanismo de Desarrollo Limpio Posibilidad de generación de certificados de reducción o captura de gases efecto invernadero con valor monetario a proyectos que cumplan requisitos del Protocolo de Kyoto. Res. 551/2009. Adopta 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.
	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 los beneficios ambientales y sociales generados son apropiables por el conjunto de la población. Su fin es el de 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 apuntan a: i) Transferir incentivos positivos a proveedores de servicios ambientales, que son ii) condicionales sobre la provisión del servicio, donde la implementación exitosa está basada en la consideración de: 1) adicionalidad y 2) variados contextos institucionales. (Sommerville et al, 2010)
TRIBUTARIOS³⁴	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, que deja de pagar de impuesto. Nota: Los beneficios tributarios relacionados con IVA requieren una certificación expedida por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, mientras que los relacionados con el impuesto a la renta, la certificación 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.
INCENTIVOS A LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	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.

³⁴Ministerio 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

7.2. 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.

7.2.1. 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 24. 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	18 al 21 de Noviembre	21 al 24 de Noviembre
Ciudad	Armenia	Medellín	Cali	Neiva	Armenia

Fuente: "Informe comparativo Bioexpo 2010 – Bioexpo 2012" (MADS, 2012)

7.2.2. 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.feriademedioambiente.com/>

7.2.3. *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/>

7.2.4. *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/>

7.2.5. *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.

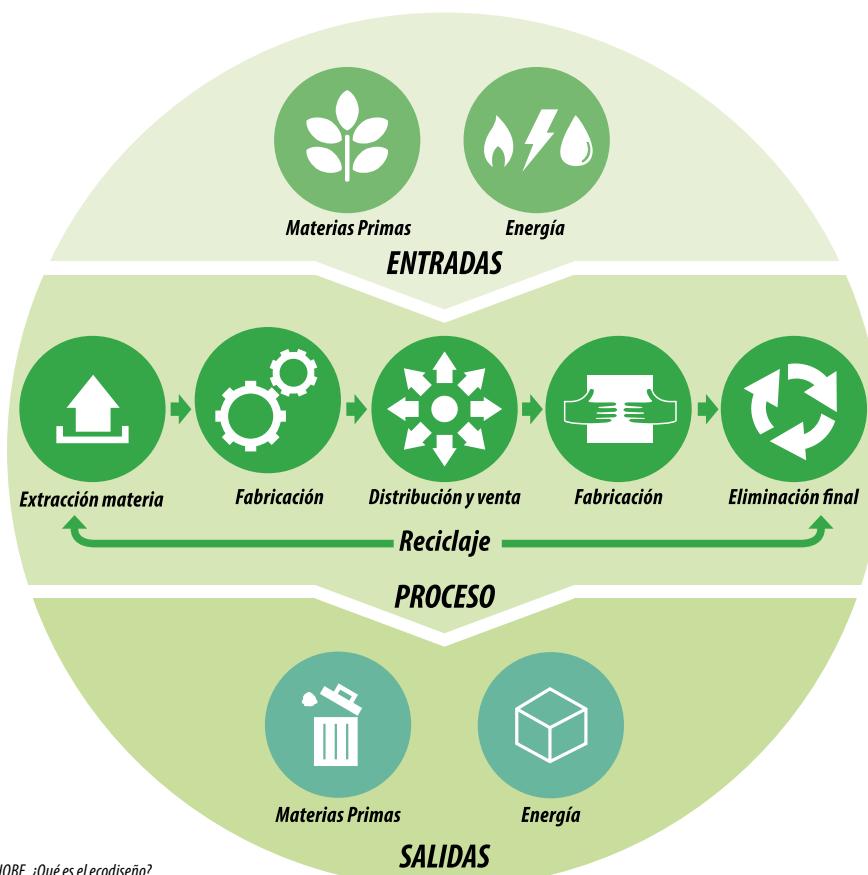
<http://www.ferialimentec.com/>

7.3. Ecodiseño³⁵

Figura 8. Etapas generales del ecodiseño

³⁵IHOBE. ¿Qué es el ecodiseño?
<http://www.ihobe.net/Paginas/Ficha.aspx?IdMenu=0e4d5b7a-bcae-4f11-8173-efef8a5c09dd>

Ciclo de Vida de un Producto



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.

La Norma Internacional ISO 14006, denominada ECODISEÑO³⁶, estandariza la gestión ambiental del proceso de desarrollo de cualquier producto o servicio que quiera diseñarse a partir de esta metodología.

³⁶EUROPEAN QUALITY ASSURANCE.
ISO 14006 Gestión ambiental del
proceso de diseño y desarrollo:
Ecodiseño. 2012.
<http://www.eqa.org/productos/ecodiseno.htm>.

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.

³⁷Herramienta éco-pole:
<http://www.eco-conception.fr/>

Existen metodologías desarrolladas para el proceso de ecodiseño, tales como: PILOT, ECO-POLE³⁷, 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".

³⁸Manual práctico de Ecodiseño:
Operativa de implantación en 7 pasos
(IHOBE, 2000).

7.3.1. Etapas Generales en las Metodologías de Ecodiseño³⁸

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.

7.4. 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 Programa Regional de Negocios Verdes.
- Posicionar el Programa Regional de Negocios Verdes a nivel regional, hacer seguimiento a los compromisos, evaluar los avances y realizar los ajustes respectivos.
- Crear y consolidar alianzas estratégicas con actores claves, continuas y duraderas, que contribuyan a promocionar y posicionar los Negocios Verdes en la región.

- Generar estadísticas para medir la contribución del Programa al desarrollo económico de la región y a la conservación de sus recursos naturales.

OFERTA

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

7.5. 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.

7.5.1. Sello Ambiental Colombiano³⁹

³⁹<http://www.minambiente.gov.co>

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 25. Normas Técnicas Colombianas (NTC)

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

Fuente: Dirección Asuntos Ambientales (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, el Sello Ambiental Colombiano.



7.5.2. Sello Ecológico para Alimentos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural



Mediante la Resolución 0148 de 2004, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 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 Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, armonizada con las normas internacionales, adopta el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empacado, 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.

7.5.3. Otros Sellos Ecológicos

Tabla 26. Descripción de sellos Ecológicos utilizados en diferentes países del Mundo⁴⁰

Sello ecológico	Descripción
 Rainforest Alliance ofrece servicios de certificación, verificación y validación	<p>Rainforest Alliance 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 ayudarlas a mejorar sus prácticas ambientales, sociales y económicas. Su norma para operaciones turísticas ha sido reconocida por el Consejo Global de Turismo Sostenible (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 American National Standards Institute en ISO 14065:2007 (el estándar internacional para entes de validación y verificación de gases de efecto invernadero).</p>
 Der Blaue Engel	<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>
 Cisne Blanco	<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>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Sello ecológico	Descripción
 Green Seal (USA)	<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>
 Environmental Choice - Canadá	<p>Certifica productos y servicios que ahorran energía, que utilizan material reciclado o que puedan reutilizarse. Se originó en Canadá en 1988. Certifica más de 300 categorías de bienes y servicios.</p>
 Eco-Mark - Japón	<p>Esta ecoetiqueta es otorgada por la Asociación Medioambiental de Japón (Japan Environment Association). El programa se estableció en febrero de 1989. 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. Se obtiene la certificación si el producto cumple las especificaciones así sea en sólo uno de los criterios.</p>
 Agricultura Ecológica	<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>
 Comercio Justo	<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 su estrictos aspectos en cuanto a condiciones de trabajo y cuidado del medio ambiente. 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>
 Ecolabel	<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>
 Consejo de Administración Forestal	<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>
 Global Organic	<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 aminas cancerígenas están prohibidos).</p>
 Eco-Mark – India	<p>Ecomark es una marca de certificación expedida por la Oficina de Normas de la India (BSI) a los productos que cumplen 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>
 De la cuna a la cuna	<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>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Sello ecológico	Descripción
      	<p>Ecogarantie de Bélgica. Certifica independientemente productos de limpieza y cosméticos. La certificación requiere, entre otras cosas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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> <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>
	<small>*ENVIRONMENTAL LABELS http://textil.stfi.de/seetextable/default.asp?Category=3</small>

7.6. Mecanismos de Financiación

Tabla 27. Descripción de herramientas financieras de entidades públicas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACION	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Entidades de orden Público	
Sistema Nacional de Apoyo a las Micro Pequeña y Mediana Empresa	<p>El Sistema está conformado por: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Agricultura, 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. http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2504</p>
Fondo de Compensaciones ambientales	<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, Corpoamazonia, Corpomojana, Corpourabá, Coralina, Codechocó, Cormacarena). http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido_imprimir.aspx?catID=93&conID=107&pagID=84</p>
BANCOLDEX	<p>Es el banco de desarrollo empresarial colombiano. Diseña y ofrece nuevos instrumentos, financieros y no financieros, para impulsar la competitividad, la productividad, el crecimiento y el desarrollo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas colombianas, ya sean exportadoras o del mercado nacional.</p> <p>Con el fin de promover el desarrollo empresarial y atender de forma integral a los empresarios colombianos en cada una de sus etapas de crecimiento, Bancóldex cuenta con diferentes instrumentos de apoyo. Además de ofrecer crédito tradicional, cuenta con programas especiales como iNNpulsa Colombia e iNNpulsa Mipyme; la Banca de las Oportunidades y el Programa de Transformación Productiva. Financia, además, a los empresarios vinculados con el sector exportador colombiano por medio de las siguientes modalidades: Capital de trabajo; actividades de promoción; inversión en activos fijos y diferidos; leasing; creación, adquisición y capitalización de empresas; consolidación de pasivos; garantías Mipymes.</p>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACION	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Entidades de orden Público	
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 Bancoldex 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 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.</p> <p>Podrá ser proponente en esta convocatoria toda persona jurídica privada, constituida legalmente en Colombia, que cumpla con las condiciones establecidas en los términos de referencia (se pueden encontrar en la página de la convocatoria).</p> <p>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>
Microseguros	<p>Son seguros de bajo costo y amplia cobertura para microempresarios. Por lo anterior, Bancoldex, a partir del año 2003 y en alianza con importantes empresas aseguradoras del país, diseñó el programa FUTUREX - MICROSEGUROS DE VIDA y DAÑOS. Se busca reducir la vulnerabilidad social del microempresario y su familia, brindando cobertura y protección y asegurando la cartera de las Instituciones Financieras.</p> <p>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 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 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 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport y la entidad administradora del Fondo Nacional de Turismo. El proceso de evaluación, aprobación y ejecución, tiene las siguientes etapas: Evaluación de elegibilidad, Evaluación de viabilidad, Presentación a Grupo de Evaluación, Aprobación Comité Directivo FPT y Ejecución de los proyectos.</p> <p>Programa especial: Fontur ofrece asesoría y asistencia técnica a las entidades territoriales y operadores turísticos para proyectos que busquen financiación con recursos de regalías. Esta representa una oportunidad para financiar proyectos de infraestructura turística cuyos montos superan la capacidad jurídica y/o financiera de Fontur y del Ministerio. Para tener acceso a este tipo de financiación el proyecto debe cumplir con características como pertinencia, viabilidad, sostenibilidad, impacto y concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo y los Planes de Desarrollo de las entidades territoriales.</p> <p>http://www.fontur.com.co/inicio</p> <p>http://www.fontur.com.co/corporativo/naturaleza/4</p>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACION	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Entidades de orden Público	
Fondo de Regalías	<p>Reforma al Régimen de Regalías: Acto Legislativo Nº 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 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=bsf8qrvGV0g=&tqid=181</p>

Tabla 28. Descripción de herramientas financieras de entidades privadas para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACION	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Empresas 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 relacionadas 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 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>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

ENTIDAD O MECANISMO DE FINANCIACION	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
Empresas de orden privado	
Destapa Futuro - Bavaria	Esta entidad privada ofrece un programa que impulsa a emprendedores para convertir sus ideas y actividades en empresas autosostenibles y con sólidas bases para crecer. Funciona mediante una convocatoria anual en la que los interesados tienen 15 días para inscribirse; de allí pasan a un proceso de selección en el que, finalmente, se escogen 60 ganadores a los cuales se les aportará el capital semilla para su proyecto. http://www.redemprendedoresbavaria.net/pg/pages/view/854531/
Ventures	La revista Dinero y McKinsey & Company crearon un concurso de planes de negocio con el fin de atraer y premiar a los mejores emprendedores del país. El concurso está abierto a participantes de todas las edades, con proyectos en cualquier sector de la economía, que tengan una idea de negocio. http://www.ventures.com.co
BiD Network	Apoya a negocios en marcha en mercados emergentes y con necesidades de inversión que oscilan entre 10.000 dólares estadounidenses y 1.000.000. Igualmente ofrece diversos servicios y actividades que pueden ayudar al emprendedor en un proceso de capacitaciones y asesorías con el fin de hacer que su negocio tenga éxito. http://www.bidnetwork.org/es
Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez	El Fondo Acción constituye la persona jurídica que representa los intereses de la Iniciativa para las Américas en Colombia y es, por ende, el Administrador de los recursos de la Cuenta de las Américas en nuestro país. Estos recursos se han orientado a la promoción de actividades, programas y proyectos destinados a proteger y manejar los recursos naturales y biológicos de manera sostenible. Además de financiar la línea temática ambiental, los recursos también se han destinado a una segunda y muy importante línea temática: el fomento de la supervivencia y el desarrollo integral de la niñez. http://www.fondoaccion.org/
Corporación Mundial de la Mujer	Apoyo equilibrado entre capital, formación integral, capacitación, acompañamiento y seguimiento a microempresarios, hasta el punto en el que el beneficiario crezca como persona y también como empresario. Servicios: Fondo capital de riesgo, acompañamiento en gestión a microempresarios, monitoreo a proyectos portafolio, talleres de desarrollo integral de la mujer empresaria, apoyo a la empresa privada en responsabilidad social. http://www.cooperativaemprender.com/afiliados/afiliado/?tx_galileoaffiliated_pi2%5Bid%5D=8#informacion_general
ENDEAVOR	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. 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. http://pac.caf.com/proyectos.asp?idn=143&ct=3
The Institute of Electrical and Electronics Engineers	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. http://www.ieee.org.co/
Centro Nacional de Producción Más Limpia y Tecnologías Ambientales - Línea Crédito Ambiental (LCA)	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. http://www.cnpml.org/ http://www.lineadecreditoambiental.org/lca/

7.7. Mecanismos de Desarrollo y Fortalecimiento para la promoción de los Negocios Verdes en Colombia

Tabla 29. 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>Dirección de la micro, pequeña y mediana empresa: Fomenta políticas, planes y programas financieros y no financieros para el desarrollo de estos emprendimientos.</p>
Punto de Contacto Empresarial	<p>Servicio del MINCIT que permite una comunicación digital directa con las empresas, a través de un Servicio de Mensajes Cortos a sus teléfonos celulares y correos electrónicos. Los mensajes se envían de forma personalizada, de acuerdo a las características registradas por la empresa, como, por ejemplo, el departamento en que está ubicada, el sector económico y el tamaño de la empresa, entre otros.</p> <p>La información que se envía hace referencia a los servicios de desarrollo empresarial que ofrece el MINCIT para el fortalecimiento de las empresas. Estos servicios están relacionados con talleres especializados, ruedas de negocios, convocatorias para cofinanciación de proyectos y, en general, herramientas para mejorar su competitividad.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=4021</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. • Abecedá 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 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.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=935</p>
Programa Compre Colombiano	<p>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.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2009</p>
Programa Exporta Fácil	<p>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.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2010</p>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

ENTIDAD O MECANISMO DE DESARROLLO	Descripción de la Herramienta
Premio INNOVA – Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes	<p>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.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2692</p>
Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas	<p>El proyecto pertenece al Ministerio de Agricultura. Su objetivo es incrementar la competitividad y el desarrollo empresarial de las comunidades rurales pobres, de manera sostenible, a través de alianzas orientadas por la demanda del sector privado comercializador.</p> <p>Se aprovecha el acceso que tienen los pequeños productores rurales a los factores de producción (tierra y trabajo) y se potencia su utilización mediante un aporte denominado Incentivo Modular.</p> <p>El Incentivo Modular es el complemento de los recursos que los demás socios invierten para llevar a cabo la Alianza Productiva y su función es permitir el cierre financiero del negocio; el monto asignado al incentivo por alianza está limitado por unos topes de financiación por productor beneficiario o por iniciativa. Estos recursos se manejan a través de un esquema fiduciario, que garantiza que las inversiones se realicen de acuerdo a un plan de negocios formulado para la alianza y que su uso esté enmarcado dentro de principios de transparencia.</p> <p>https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/desarrollo-rural/Paginas/Proyecto-apoyo-a-alianzas-productivas-PAAP-.aspx</p>
Incubar Colombia	<p>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.</p> <p>http://www.incubarcolombia.org.co/</p>
Aprovechamiento de los TLC	<p>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:</p> <p>1. Listo para exportar, 2. Valide la potencialidad de su producto, 3. Conozca la demanda de su producto, 4. Diseñe la estrategia exportadora, 5. Evalúe su gestión exportadora.</p> <p>http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3635</p>
Universidades - Consultorio Gerencial	<p>Asesoran a los emprendedores y empresarios en el desarrollo de un plan de negocios para ser presentado a entidades de financiamiento a nivel de incubación. Ofrecen capacitación, asesoría y consultoría para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa y fomenta el criterio exportador en este mismo tipo de organizaciones.</p>
Universidades - Consultorios Jurídicos	<p>Brindan asesoría jurídica en las diversas ramas del derecho. De esta forma se ofrecen alternativas a las inquietudes presentadas tanto de orden laboral como comercial.</p>
PROEXPORT	<p>Brinda apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios dirigidos a acompañar y facilitar la planeación y la ejecución de su estrategia exportadora. Su acción se centra en identificación de oportunidades de mercado, diseño de estrategias de penetración de mercados e internacionalización de las empresas.</p> <p>Permite, también, una articulación con los centros de información y asesoría en comercio exterior (ZEIKY), para ofrecer capacitación y asesoría a los emprendedores y empresarios en la generación de una cultura exportadora y de promoción de las exportaciones.</p> <p>http://www.proexport.com.co/</p>
DIAN	<p>Facilita a las personas naturales o jurídicas, constituidas como empresa, el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, y cambiarias, además de apoyar las operaciones de comercio internacional en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.</p> <p>http://www.dian.gov.co/</p>
Artesanías de Colombia S.A.	<p>Empresa de economía mixta, que contribuye al progreso del sector artesanal, mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de las artesanías del país.</p> <p>http://www.artesaniasdecolombia.com.co</p>

Fuente: Dirección Asuntos Ambientales (2013)



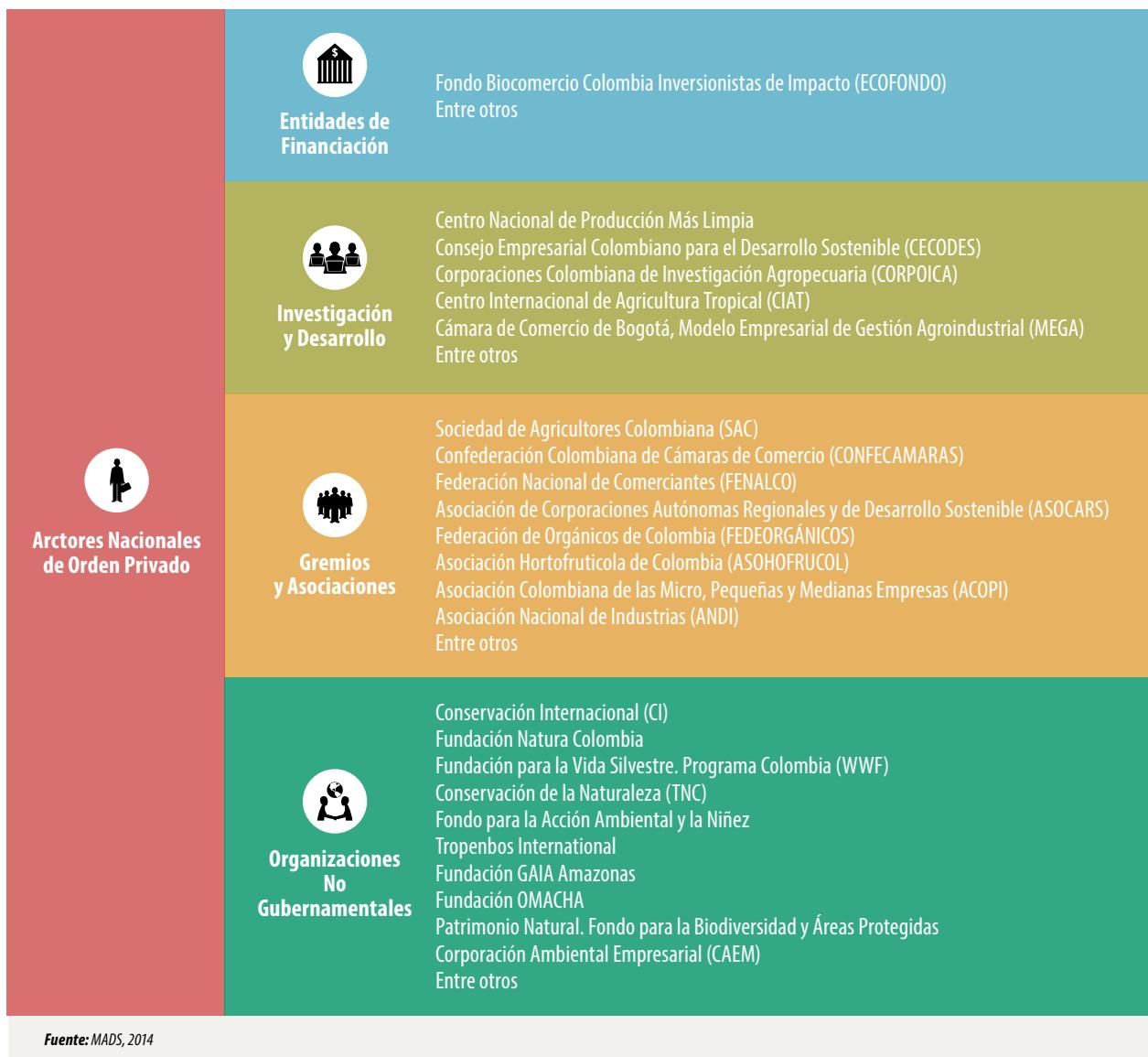
8. ACTORES NACIONALES DE ORDEN PÚBLICO Y PRIVADO RELACIONADOS CON LOS NEGOCIOS VERDES

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.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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



Fuente: MADS, 2014

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Figura 10. 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



9. ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PNNV Y DE LOS PROGRAMAS REGIONALES

Para plantear la siguiente estructura de implementación del PNNV y de los Programas Regionales, se ha partido del esquema de mercado utilizado a lo largo del documento y se han teniendo 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.

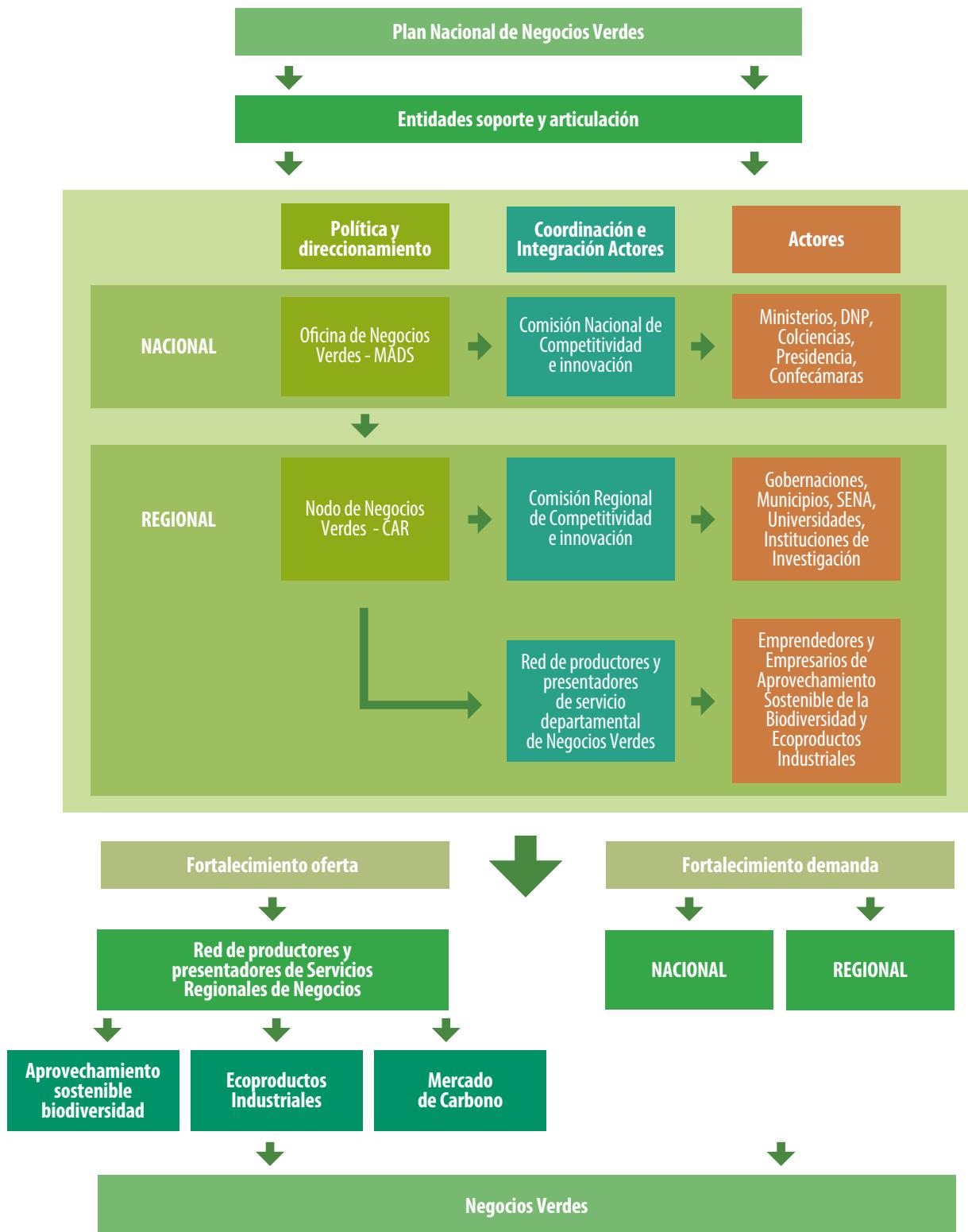
Tabla 30. Necesidades identificadas y soluciones planteadas de acuerdo al esquema de mercado.

	Necesidades	Solución planteada
Entidades de Soporte	<ul style="list-style-type: none"> - Posicionar los Negocios Verdes en el ámbito político - Vincular a entidades con conocimiento y experiencia empresarial, de comercio y desarrollo. - Involucrar a los Ministerios de Agricultura y de Comercio en la implementación de los Programas de Negocios Verdes. - Mejorar la articulación y coordinación institucional regional-nacional entre los actores públicos, privados y de la sociedad civil. - Dar a conocer las políticas, normatividad e 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 la 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 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 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 el cambio cultural del 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, lo positionen como parte de un cambio cultural en los consumidores y lo consoliden en los mercados.

Es importante resaltar, nuevamente, que los Negocios Verdes los generan la oferta (empresas, cadenas de valor, productores) y la demanda (consumidores), y no las instituciones públicas. Es por ello que la función de las instituciones lideradas por el MADS debe ser la de generar una plataforma adecuada de políticas, incentivos y coordinación para que el sector privado pueda producir negocios.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Figura 11. Esquema de Organización del PNNV



9.1. Funcionalidad del Esquema

En la figura 11 se detalla la estructura de organización para implementar el PNNV y los Programas Regionales, la cual tiene en cuenta las soluciones planteadas a las necesidades identificadas.

Se parte del PNNV y los Programas Regionales como hojas de ruta de los Negocios Verdes para los próximos diez (10) años. Los programas se ejecutarán 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. Estos planes son de carácter dinámico y deben ser retroalimentados continuamente por las oportunidades y las necesidades regionales que se detecten en la oferta y la demanda.

9.1.1. Ámbito Nacional

• Política y direccionamiento

ONVS del MADS: será la encargada de liderar y coordinar el PNNV 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"⁴¹. 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 Departamento Nacional de Planeación (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.

⁴¹Decreto 1500 (julio 2012).

9.1.2. 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 Programa Regional de Negocios Verdes. 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 CNCI. 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 Confecámaras.

Estas comisiones serán el escenario en el que se generarán los compromisos entre los diferentes actores regionales para implementar el Plan y los Programas, 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"⁴².

⁴²Decreto 1500 (julio 2012).

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 Programa Regional de Negocios Verdes. 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 todo los esfuerzos y los resultados esperados deberán verse reflejados en el mercado.



Puracé
Parques Nacionales Naturales de Colombia

10. PLANEACIÓN ESTRÁTÉGICA DE NEGOCIOS VERDES

10.1. VISIÓN DE LOS NEGOCIOS VERDES

En el 2025 los Negocios Verdes estarán posicionados y consolidados como un renglón estratégico de impacto en la Economía Nacional.

10.2. MISIÓN

Lograr los objetivos propuestos por el PNNV en cada una de sus líneas estratégicas de intervención.

10.3. OBJETIVO GENERAL DEL PNNV

Definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, el fomento y la promoción tanto de la oferta como de la demanda de los Negocios Verdes y Sostenibles en el país, a través de la implementación de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional que conlleve al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural de Colombia.

10.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Potenciar y transformar las ventajas comparativas en materia ambiental de cada una de las regiones del país en ventajas competitivas en el mercado de los Negocios Verdes.
- Conservar los recursos naturales, realizar una gestión sostenible de la biodiversidad y de los servicios ecosistémicos, y fomentar la sostenibilidad ambiental del país.
- Generar nuevas fuentes de empleos directos e indirectos que mejoren el bienestar y la calidad de vida de la población nacional.

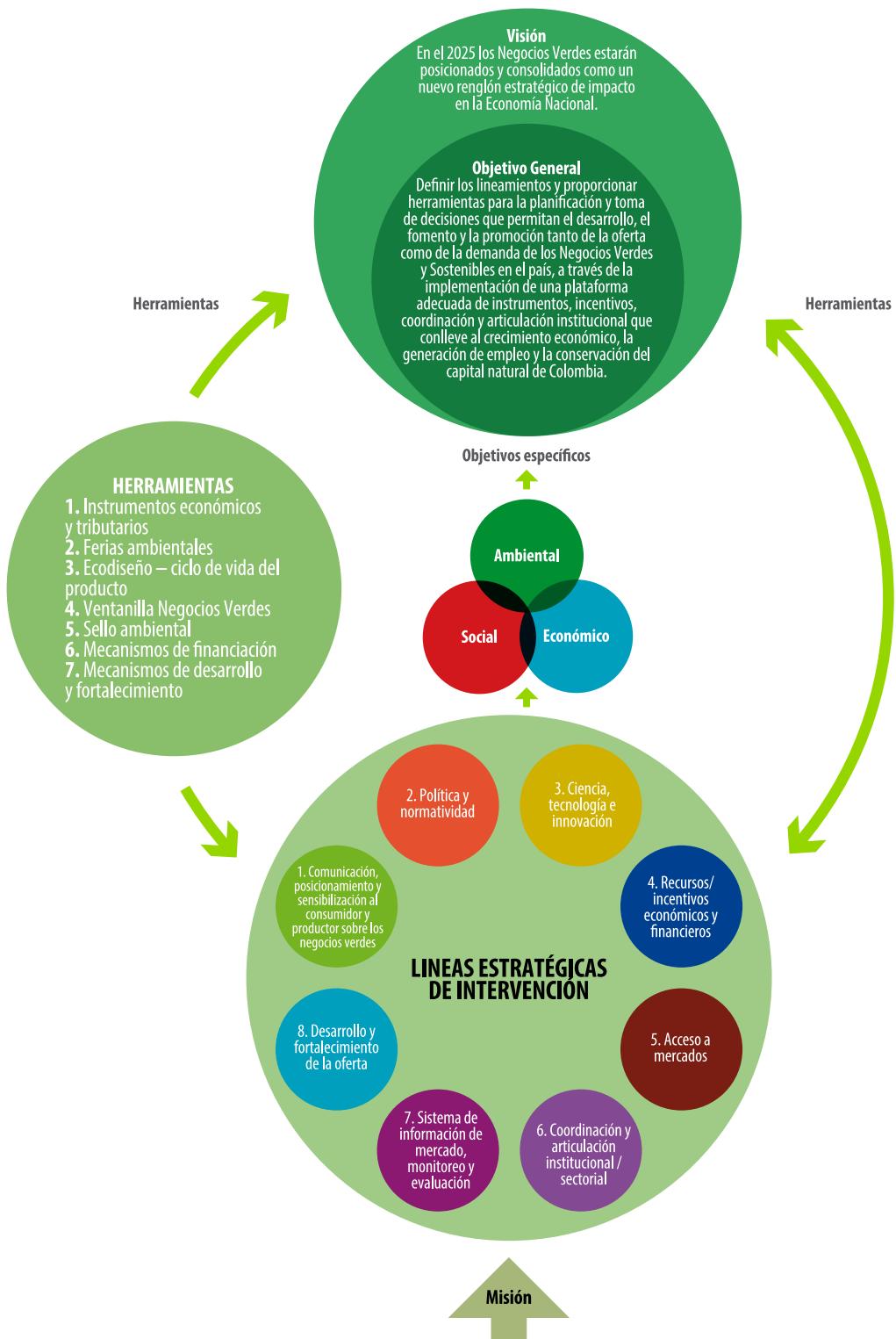
10.5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE INTERVENCIÓN

1. Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y productor sobre los Negocios Verdes.
2. Política y normatividad.
3. Ciencia, tecnología e innovación.
4. Recursos e incentivos económicos y financieros.
5. Acceso a mercados.
6. Coordinación y articulación institucional/sectorial.
7. Sistema de información de mercado, monitoreo y evaluación.
8. Desarrollo y fortalecimiento de la oferta.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

10.6. Ilustración Planeación Estratégica

Figura 12. Figura ilustrativa



La figura 12 ilustra detalladamente la Planeación Estratégica de Negocios Verdes. El fin último de esta planeación es lograr la Visión propuesta para el año 2025. Para dar cumplimiento a los objetivos de las ocho (8) líneas estratégicas de intervención, que se describen en la siguiente sección, se parte de la Misión, que es la que orienta el quehacer diario en los Negocios Verdes.

Estos objetivos son sociales, ambientales y económicos (Desarrollo Sostenible). A su vez, su logro se orienta hacia el cumplimiento del Objetivo General y de la Visión. Para este trabajo se cuenta con las herramientas que enmarcan la planeación estratégica – con otras adicionales que se crean posteriormente según las necesidades detectadas– que sirven como apoyo para posicionar los Negocios Verdes como un nuevo renglón de la Economía Nacional.

10.7. Líneas estratégicas de intervención

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 PENMV y, principalmente, la información resultante de la construcción conjunta y participativa de los cinco (5) Programas Regionales de Negocios Verdes con los actores del territorio, se propusieron las líneas estratégicas de intervención enunciadas anteriormente, las cuales sirven para la construcción de los Planes de Acción de los Programas Regionales de Negocios Verdes.

En estos planes –formulados para las cinco (5) regiones del país (Caribe, Central, Pacífico, Amazonía y Orinoquía)– se detallan las líneas estratégicas de intervención, sus objetivos, las actividades generales, las actividades específicas, los responsables de su desarrollo y los resultados esperados para cada una de ellas, los indicadores de seguimiento y el tiempo propuesto para su ejecución.

A continuación se presentan las ocho (8) líneas estratégicas, sus objetivos, las actividades generales y su relación con las metas generales planteadas con la PPyCS⁴³.

⁴³Para ampliar la información del plan de acción por favor remitirse a los Programas Regionales de Negocios Verdes.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Tabla 30. Líneas Estratégicas de Intervención, objetivos y actividades

Líneas estratégicas	Objetivos	Actividades	Algunos Actores relacionados con las líneas estratégicas	Relación con: Metas Generales Política de Producción y Consumo Sostenible
1. Comunicación, posicionamiento y sensibilización al consumidor y productor sobre los negocios verdes	Dar a conocer a las instituciones públicas, privadas y a la sociedad civil qué son los negocios verdes, sus características diferenciadoras, sus beneficios para el ambiente, la salud y la sociedad.	Campañas Sellos: ambiental colombiano, alimento ecológico y turismo sostenible	MADS, CAR, MADR, Gremios, empresarios MADS, MADR, MCIT, Icontec, certificadoras	Esta línea estratégica de intervención contribuye de manera directa con las metas de generación de valor a los bienes y servicios ambientales con respecto al PIB Nacional, el incremento de empresas certificadas con sistemas internacionalmente aceptados de desempeño ambiental y con las metas de reducción (agua, energía).
2. Política y normatividad	Revisar y ajustar el marco normativo con el fin de facilitar el impulso y posicionamiento de los negocios verdes, que sea claro, transparente, que permita contar con una interpretación unificada y que disminuya el riesgo e incertidumbre del proceso sobre los requisitos, procedimientos, tiempo y costos.	Interés político Biotecnología Acceso a recursos genéticos Aprovechamiento biodiversidad Competencia legal Conocimiento tradicional	MADS, MADR, MCIT Mininterior, Minsalud, CAR, Colciencias	Esta línea estratégica contribuye de manera indirecta con la meta de generación de valor a los bienes y servicios ambientales con respecto al PIB Nacional.
3. 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" - 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)	Articulación con necesidades de mercado Identificación de investigaciones y tecnología existente Líneas de investigación Transferencia del conocimiento Conocimiento tradicional	Colciencias, Sena, Universidades, Institutos de Investigación	Esta línea estratégica contribuye de manera directa con la meta de generación de valor a los bienes y servicios ambientales con respecto al PIB Nacional y con las metas de reducción (agua, energía).

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Líneas estratégicas	Objetivos	Actividades	Algunos Actores relacionados con las líneas estratégicas	Relación con: Metas Generales Política de Producción y Consumo Sostenible
4. Recursos/incentivos económicos y financieros	Desarrollar instrumentos económicos y financieros específicos a los sectores pertenecientes a Negocios Verdes con el fin de promover e impulsar la oferta y demanda del mercado verde.	Acceso a recursos financieros Cooperación Incentivos económicos y financieros Sostenibilidad Plan Nacional de Negocios Verdes	MADS, MADR, MCIT, APC Colombia, Bancos de segundo piso, bancos comerciales, SENA, inversionistas, Fondos, CAR, entes territoriales	Esta línea estratégica contribuye directamente en la generación de valor de bienes y servicios ambientales con respecto al PIB.
5. 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 e implementación de estrategias de comercialización que dinamicen la oferta y demanda del mercado verde.	Estrategias de comercialización existentes Estrategias de comercialización Regional / Nacional Estrategias de comercialización internacional Investigaciones de mercado	MADS, MADR, MCIT, Cámaras de Comercio, Proexport, grandes superficies, Colombia compra eficiente, Gremios	Esta línea estratégica es la que más aporta en la generación de valor de bienes y servicios ambientales con respecto al PIB y el incremento en el porcentaje de inversión realizado en compras públicas sostenibles.
6. 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.	Ventanilla de Negocios Verdes Articular los Negocios Verdes con las "Comisiones regionales de competitividad e innovación" (o quien haga sus veces) Coordinación y articulación sectorial / institucional de Negocios Verdes Promotora de Negocios Verdes Negocios inclusivos	MADS, MADR, MCIT, Comisiones regionales de competitividad e innovación, entes territoriales, ONGs, Gremios, productores, otros	Esta línea contribuye de manera indirecta con la meta de valor de bienes y servicios ambientales y las metas de reducción (agua y energía).

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Líneas estratégicas	Objetivos	Actividades	Algunos Actores relacionados con las líneas estratégicas	Relación con: Metas Generales Política de Producción y Consumo Sostenible
7. 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 - 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 las políticas, normatividad, instrumentos, convocatorias y líneas de financiación de Negocios Verdes - Brindar reconocimiento a sus empresas entre otros. 	<p>Sistema de información regional / nacional de Negocios Verdes</p> <p>Indicadores impactos generados</p> <p>Página web de negocios verdes</p> <p>Monitoreo y evaluación</p> <p>Criterios de diferenciación específicos de Negocios Verdes</p>	MADS, MADR, MCIT, CAR, Institutos de investigación, Colciencias, empresarios, gremios, certificadoras, otros	<p>Esta línea estratégica contribuye directamente en la generación de valor a los bienes y servicios ambientales con respecto al PIB.</p>
8. 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 - Desarrollo de una producción competitiva - Investigación e innovación orientados a los negocios verdes 	<p>Cadenas de valor</p> <p>Alianzas</p> <p>Herramientas</p> <p>Red de productores</p> <p>Priorización productos</p>	MADS, MADR, MCIT, SENA, Cámaras de Comercio, Colciencias, Universidades, Gremios, Institutos, empresarios, otros	<p>Esta línea estratégica contribuye directamente en la generación de valor a los bienes y servicios ambientales con respecto al PIB.</p>



Chingaza - Venado
Foto Giovanni pulido
Parques Nacionales Naturales de Colombia

11. 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. (Millennium Ecosystem Assessment, 2005)

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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)

Trazabilidad: Posibilidad de identificar el origen y las diferentes etapas de un proceso de producción y distribución de bienes de consumo.

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.

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. Shcwartz, G. Scott., S. Haymes, D. Heimiller y R. George. México, 2004.

Banco Interamericano de Desarrollo. Los Negocios Verdes en Colombia. Lineamientos para el Desarrollo de una Estrategia de Fomento a los Negocios Verdes. Claudia Martínez Zuleta. Bogotá, 2013.

Banco Interamericano de Desarrollo. 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

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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.

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.

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

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

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

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Política nacional de producción y consumo sostenible. Bogotá, 2011.

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 – MAVDT). Bogotá, 2002.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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

Ministerio Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Guía Metodológica para el diseño e implementación del incentivo económico de pago por servicios ambientales – PSA. Bogotá, 2012.

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.

PROMPERU. 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.

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://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>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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/>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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/sncei/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/sncei/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/>

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

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/categoría.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.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

<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=l59w-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_internet

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.



CITACON

ABREVIATURAS

CAR

Corporaciones Autónomas Regionales

CNCI

Comisión Nacional de Competitividad e Innovación

DNP

Departamento Nacional de Planeación

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

OCDE

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

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

SINA

Sistema Nacional Ambiental



Anexo 1. Actores Públicos de Orden Nacional relacionados con los Negocios Verdes en Colombia.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS)	<p>Dirección de Bosques, Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos: Da las directrices para la regulación, manejo y control de la biodiversidad en función de su protección dentro del territorio nacional. http://www.minambiente.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=504</p> <p>Dirección Asuntos Ambientales Sectorial y Urbana: Propone las políticas, coordina las estrategias y define las bases técnicas para los procesos de regulación en materia de prevención y control del deterioro ambiental; así mismo promueve el fortalecimiento de la gestión ambiental de los sectores productivos para garantizar la inserción de las variables ambientales en los procesos de toma de decisiones de las esferas del ejercicio público y privado. http://www.minambiente.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=603%3Aplantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-sin-galeria-54&catid=10%3Asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-articulos&Itemid=436</p>	<p>Funciones:</p> <p>A. Da lineamientos técnicos para la regulación de la biodiversidad.</p> <p>B. Define las metodologías de valoración de los costos ambientales en coordinación con la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles.</p> <p>C. Crea lineamientos y estrategias para promover el desarrollo sostenible en los procesos productivos que afecten la biodiversidad.</p> <p>D. Define criterios técnicos requeridos para la adopción de las medidas necesarias que aseguren la protección de especies amenazadas de flora y fauna silvestres.</p> <p>Funciones:</p> <p>A. Establece, con base en sustentos técnico-científicos, económicos y sociales, los máximos niveles permisibles de contaminantes de tal forma que se proteja el medio ambiente y al ciudadano.</p> <p>B. Orienta a los sectores productivos y al Estado hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos de desarrollo económico sostenible, con base en acuerdos mutuos entre lo público y lo privado.</p> <p>C. Fomenta la inversión por parte del sector productivo en el mejoramiento ambiental, con lo cual logra hacer más eficientes y competitivos sus productos en los mercados.</p> <p>D. Establece instrumentos para la gestión sectorial, dentro de los cuales se incluye la implementación de la Política Nacional de Producción más Limpia.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS)	<p>Programa Nacional Biocomercio: Busca impulsar iniciativas coordinadas, que fomenten el aprovechamiento comercial de la biodiversidad para el desarrollo de comunidades locales, con criterios de sostenibilidad económica, social y ecológica. http://www.minambiente.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=5149%3Aplantilla-negocios-verdes-y-sostenibles-10&catid=48%3Anegocios-verdes-y-sostenible-articulos&Itemid=436</p> <p>Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles Dictamina las directrices para la promoción y regulación de los Negocios Verdes (NV) a nivel nacional. http://www.minambiente.gov.co//contenido/contenido.aspx?catID=1276&conID=7762</p>	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Contribuye a la construcción del marco normativo que reglamenta el uso y aprovechamiento de la biodiversidad y las normas que promuevan el uso sostenible de la misma. B. Estimula la producción y el consumo sostenible de bienes y servicios de la biodiversidad. C. Facilita el acceso a mercados de bienes y servicios de la biodiversidad a nivel local, regional, nacional e internacional. D. Desarrolla Cadenas de Valor. E. Promueve el acceso a la información. F. Certifica el financiamiento de iniciativas productivas sostenibles. <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Apoya la elaboración de los marcos e instrumentos de política y su implementación para promover la investigación básica y aplicada orientada al desarrollo y formulación de productos nuevos de valor agregado. B. Propone y promueve estrategias de negocio para que los actores institucionales, de acuerdo con sus funciones, busquen el desarrollo de sectores productivos competitivos con alto componente ambiental. C. Identifica las necesidades y aporta los elementos técnicos requeridos para el diseño, evaluación y seguimiento de estrategias e instrumentos económicos, tributarios y financieros orientados a la generación de los NV. D. Propone y apoya la adopción de mecanismos para la distribución justa y equitativa de beneficios derivados del acceso y uso de los recursos genéticos.
Unidad Administrativa Especial Parques Nacionales Naturales de Colombia	Administra las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales y coordina el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el propósito de conservar in situ la diversidad biológica y ecosistémica representativa del país; busca proveer y mantener bienes y servicios ambientales y proteger el patrimonio cultural y el hábitat natural donde se desarrollan las culturas tradicionales, como parte del Patrimonio Nacional, y aportar al Desarrollo Humano Sostenible. http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01	<p>A. Línea de Acción en Ecoturismo: Busca el fortalecimiento del ecoturismo en Parques Nacionales, llevar estadísticas de visitantes, tener un inventario de áreas protegidas con ecoturismo, incentivar el turismo social y realizar convocatorias para operadores ecoturísticos.</p> <p>B. Programa de Ecoturismo Comunitario: Se desarrolla en el marco del proceso de implementación de los lineamientos de Ecoturismo Comunitario en Colombia, cuyo objetivo es orientar a organizaciones comunitarias, autoridades locales, regionales y nacionales en el establecimiento de iniciativas ecoturísticas, con activa participación comunitaria.</p> <p>C. Certificación Turismo Sostenible: Facilita el proceso para la certificación en normas técnicas de turismo sostenible, la cual busca el cumplimiento de un 100% de los requisitos de tipo ambiental con alto nivel de sostenibilidad (contenidos en la NTS-TS 002) y permite la obtención del Sello Ambiental Colombiano.</p>
Institutos de Investigación del MADS y Unidad Administrativa de Parques Nacionales	<p>Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt Colombia Promueve, coordina y realiza investigaciones que contribuyen al conocimiento, la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad como un factor de desarrollo y bienestar de la población. http://www.humboldt.org.co/</p> <p>Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas SINCHI Realiza y divulga estudios e investigaciones científicas de alto nivel, relacionados con la realidad biológica, social y ecológica de la región amazónica. http://www.sinchi.org.co/</p>	<p>Subdirección Científica: Coordina los procesos de construcción de conocimiento a través de los programas de investigación, de la construcción de líneas de trabajo transdisciplinario y espacios permanentes de diálogo con el Sistema Nacional Ambiental (SINA), la academia, sectores productivos y ONG.</p> <p>Programas adscritos a la Subdirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Biología de la conservación y el uso de la biodiversidad. B. Dimensiones socioeconómicas de la conservación y uso de la Biodiversidad. C. Políticas, legislación y apoyo para la toma de decisiones. D. Gestión de información y conocimiento. <p>Programas de investigación:</p> <p>A. Investigación científica en ecosistemas y recursos naturales de la Amazonía colombiana: Formula los criterios de sostenibilidad y las bases científicas para el conocimiento, monitoreo, gestión y manejo integrado de los recursos naturales en los diferentes ecosistemas amazónicos.</p> <p>B. Investigación, innovación y alternativas tecnológicas de aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y el medio ambiente en la Amazonía colombiana, con cinco énfasis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudio de los sistemas productivos tradicionales asociados a las comunidades indígenas. - Sistemas productivos sostenibles. - Sistemas agroforestales. - Usos del suelo. - Procesos de aprovechamiento innovados y enlazados en cadenas comerciales.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Institutos de Investigación del MADS y Unidad Administrativa de Parques Nacionales	<p>Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico John von Neumann (IIAP) Coordina y apoya el fortalecimiento de la capacidad de investigación de la región y de sus actores sociales e institucionales. http://www.iiap.org.co/</p>	<p>Programas de investigación:</p> <p>A. Estructura y dinámica de la base natural del Chocó biogeográfico: Línea 1: Identificación y caracterización de ecosistemas estratégicos. Línea 2: Dinámica de poblaciones de especies y comunidades biológicas de interés especial. Línea 3: Caracterización y dinámica de los componentes ambientales abióticos principales y sus relaciones con la biota.</p> <p>B. Conservación y restauración del patrimonio ambiental del Chocó biogeográfico: Línea 1: Generación de conocimiento y estrategias para la conservación y restauración de componentes del ambiente natural. Línea 2: Diseño de estrategias para favorecer la conectividad ecológica y genética.</p> <p>C. Valoración integral de la oferta natural de bienes y servicios ecosistémicos del Chocó biogeográfico: Línea 1: Valoración integral de los bienes y servicios ofrecidos por el Bosque natural. Línea 2: Valoración integral de los bienes y servicios ofrecidos por los Humedales y otros cuerpos de agua.</p> <p>D. Ordenamiento y planeación del manejo integral y sostenible del territorio y sus recursos en el Chocó biogeográfico: Línea 1: Criterios e indicadores para la ocupación y uso sostenible del territorio y de sus recursos naturales.</p> <p>E. Identificación, prevención y gestión de riesgos y amenazas derivados de fenómenos naturales y antrópicos en el Chocó biogeográfico: Línea 1: Determinación del riesgo, vulnerabilidad y adaptación al cambio climático. Línea 2: Estrategias de comunicación propias para la alerta temprana de comunidades vulnerables.</p> <p>F. Uso y aprovechamiento sostenible de la oferta ambiental del Chocó biogeográfico: G. Línea 1: Zootría y fauna silvestre. Línea 2: Minería responsable. Línea 3: Agricultura tradicional. Línea 4: Turismo sostenible. Línea 5: Forestería comunitaria. Línea 6: Biocomercio.</p> <p>H. Conocimiento ancestral, etnidad, cultura y desarrollo propio en el Chocó biogeográfico: Línea 1: Protección, reconocimiento y validación del conocimiento tradicional. Línea 2: Caracterización y dinámica cultural de pueblos y etnias. Línea 3: Estrategias de conservación y recuperación de costumbres y tradiciones.</p>
	<p>Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA) La ANLA es la encargada de que los proyectos, obras o actividades sujetos de licenciamiento, permiso o trámite ambiental cumplan con la normativa, de tal manera que contribuyan al desarrollo ambiental sostenible del país. http://www.anla.gov.co</p>	<p>Licencias ambientales:</p> <p>A. Estudios ambientales. B. Licencias ambientales. C. Estudio de impacto ambiental. D. Diagnóstico ambiental de alternativas.</p> <p>Permisos ambientales:</p> <p>A. Permiso de Estudio de Investigación Científica. B. Permiso de Aprovechamiento Forestal Único. C. Permiso de Aprovechamiento Forestal Persistente. D. Sello Ambiental Colombiano. E. Certificados ambientales.</p>
	<p>Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras (INVEMAR) Realiza investigación básica y aplicada de los recursos naturales renovables y del medio ambiente en los litorales y ecosistemas marinos y oceánicos de interés nacional, con el fin de proporcionar el conocimiento científico necesario para la formulación de políticas, la toma de decisiones y la elaboración de planes y proyectos que conduzcan al desarrollo de estas, dirigidos al manejo sostenible de los recursos, a la recuperación del medio ambiente marino y costero y al mejoramiento de la calidad de vida.</p>	<p>Programas de investigación:</p> <p>A. Gestión marina y costera. Líneas de investigación: - Políticas y legislación. - Técnicas e instrumentos de planificación. - Análisis integrado de información.</p> <p>B. Calidad ambiental marina. Líneas de investigación: - Prevención y protección. - Monitoreo de efectos. - Rehabilitación de ecosistemas.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Institutos de Investigación del MADS y Unidad Administrativa de Parques Nacionales	<p>Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras (INVEMAR) Realiza investigación básica y aplicada de los recursos naturales renovables y del medio ambiente en los litorales y ecosistemas marinos y oceánicos de interés nacional, con el fin de proporcionar el conocimiento científico necesario para la formulación de políticas, la toma de decisiones y la elaboración de planes y proyectos que conduzcan al desarrollo de estas, dirigidos al manejo sostenible de los recursos, a la recuperación del medio ambiente marino y costero y al mejoramiento de la calidad de vida. http://www.invemar.org.co/pinterna.jsp?idcat=104&idsub1=173&idsub2=181</p>	<p>C. Valoración y aprovechamiento de recursos: - Uso y producción sostenible. - Bioprospección marina. - Valoración económica.</p> <p>D. Biodiversidad y ecosistemas marinos: - Inventario y taxonomía de la biodiversidad. - Organización y dinámicas de ecosistemas. - Biología y estrategias de conservación.</p> <p>E. Geociencias marinas: - Geología marina y costera. - Oceanografía y clima.</p> <p>F. Servicios y productos científicos: - Estudios de línea base. - Estudios de impacto ambiental. - Diagnósticos ambientales. - Análisis de laboratorio y publicaciones.</p>
	<p>Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios ambientales (IDEAM) Genera conocimiento y garantiza el acceso a la información sobre el estado de los recursos naturales y condiciones hidrometeorológicas de todo el país, para la toma de decisiones de la población, las autoridades y los sectores económicos y sociales de Colombia. http://institucional.ideam.gov.co/</p>	<p>Subdirecciones:</p> <p>A. Subdirección de ecosistemas e información ambiental - Grupo de Sistema de Información Ambiental Institucional SIA. - Grupo de Suelo y Tierras. - Grupo de Bosques.</p> <p>B. Subdirección de estudios ambientales - Grupo de Seguimiento a la Sostenibilidad del Desarrollo. - Grupo de Cambio Global. - Grupo de Ordenamiento del Territorio. - Grupo de Acreditación de Laboratorios.</p>
Ministerio del interior	<p>Dirección de Consulta Previa Dictamina las directrices para los planes de manejo ambiental que requieran consulta previa a nivel nacional. http://www.mininterior.gov.co/mision/direccion-de-consulta-previa</p>	<p>Funciones:</p> <p>A. Evalúa la pertinencia del estudio previo en el área de influencia del proyecto de infraestructura que se pretende llevar a cabo.</p> <p>B. Es garante del proceso de consulta previa, citando inicialmente a los actores del territorio en el cual se va a llevar a cabo el proyecto.</p>
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	<p>Banco de desarrollo empresarial colombiano - BANCÓDEX Impulsa 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, Bancódex cuenta con diferentes instrumentos de apoyo, financieros y no financieros, para atender de forma integral a los empresarios colombianos en cada una de sus etapas de crecimiento. Para ello, además del crédito tradicional, cuenta con programas especiales como iNNpulsa Colombia e iNNpulsa Mipyme; la Banca de las Oportunidades y el Programa de Transformación Productiva. http://www.bancoldex.com/</p>	<p>Programas:</p> <p>A. Fondo de Modernización e Innovación para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa – iNNpulsa Mipymes (antes FOMIPYME): A través de la cofinanciación no reembolsable, apoya programas, proyectos y actividades dirigidas a la innovación y la competitividad de este segmento empresarial.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalece a las instituciones que brindan apoyo a negocios innovadores, a través de la cofinanciación de proyectos. - Identifica y promueve mecanismos de financiación. - Facilita capital semilla a emprendedores para las fases iniciales de negocio. - Identifica y promueve mecanismos de financiación. <p>B. Programa de Transformación Productiva (PTP): Fomenta la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación más eficiente entre el sector público y el privado. Ayuda a que sectores y empresas puedan beneficiarse de las oportunidades que surgen de los acuerdos comerciales con visión hacia la exportación. Prioriza tres sectores estratégicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agroindustria: Camaronicultura, carne bovina, chocolatería, confitería y sus materias primas, lácteo, hortofrutícola, palma, aceite, grasas vegetales y biocombustibles. - Manufactura: Cosméticos y artículos de aseo, editorial e industria gráfica, industria de autopartes y vehículos, metalmeccánico, siderúrgico y astillero, sistema moda. - Servicios: Tercerización de procesos de negocio bpo&o (business process outsourcing & offshoring), energía eléctrica, bienes y servicios conexos, software y tecnologías de la información, turismo de naturaleza, turismo de salud y bienestar. <p>C. Programa de Inversión de Banca de las Oportunidades: Es una política de largo plazo del Gobierno nacional, dirigida a lograr el acceso a servicios financieros de toda la población del país, con énfasis en aquella de bajos ingresos, con el fin de reducir la pobreza, promover la igualdad social y estimular el desarrollo económico colombiano.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	<p>Viceministerio de Desarrollo Empresarial Es la dependencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que busca fortalecer un ambiente propicio para que Colombia tenga una estructura productiva de bienes y servicios sólida, competitiva e innovadora, que contribuya a la generación de empleos formales y sostenibles. http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=160</p>	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Dirigir la elaboración de los informes y estudios especiales que deban presentarse sobre el desarrollo de los planes y programas del ramo de su competencia. B. Velar por la aplicación del Plan de Desarrollo Administrativo específico del área de su competencia. C. Poner en marcha la estrategia de desarrollo empresarial, de productividad y competitividad de Mipymes y de regulación, de conformidad con los lineamientos señalados por los Consejos Superiores de Micro y de Pequeña y Mediana Empresa y el Ministro. Para tal efecto, establecerá mecanismos permanentes y eficaces que garanticen la coordinación y la mayor participación del sector privado.
	<p>Fondo de Promoción Turística (FPT) Administra los recursos de la contribución parafiscal y el impuesto al turismo, los cuales se destinan a la ejecución de los planes de promoción y mercadeo turístico y a fortalecer y mejorar la competitividad del sector, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico, de acuerdo con los lineamientos de la "Política Turística" definidos por el Ministerio. http://www.fondodepromocionturistica.com/nosotros.php</p>	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Administrar los recursos de la contribución parafiscal y el impuesto al turismo. B. Promocionar el turismo en Colombia. C. Gestionar y ejecutar proyectos para el sector turismo, teniendo en cuenta el ecoturismo sostenible como una de las categorías que conviertan a Colombia en un destino de reconocimiento internacional.
	<p>PROEXPORT Apoya y asesora en el diseño y ejecución de la estrategia de internacionalización del país. Busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios a través de su red nacional e internacional de oficinas. http://www.proexport.com.co/conozca-proexport/como-esta-organizado-proexport</p>	<p>Dependencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Vicepresidencia de Promoción de Exportaciones: Gerencia Promoción Exportaciones Agroindustria, Gerencia Promoción Exportaciones Manufacturas e Insumos, Gerencia Promoción Exportaciones Prendas de Vestir, Gerencia Promoción Exportaciones Servicios. B. Vicepresidencia de Promoción de Turismo: Gerencia de Turismo Corporativo, Gerencia de Turismo Vacacional. C. Vicepresidencia de Promoción de Inversión: Gerencia de Promoción de Inversión, Dirección Legal de Inversión Extranjera, Gerencia de Promoción de Inversión Manufactura, Gerencia de Inversión ALEC (Agroindustria, Logística, Energía y Conexos). D. Vicepresidencia de Planeación: Dirección de Cooperación y Convenios, Dirección de Información Comercial, Dirección de Tecnología, Dirección de Desarrollo Estratégico Internacional, Centro de Información. E. Gerencia Mercadeo y Comunicaciones (MECCD): Dirección de Eventos y BTL, Coordinación de Mercadeo, Coordinación de Ferias, Coordinación de Comunicaciones, Coordinación Digital. F. Herramientas para el Exportador Colombiano: Identificador de oportunidades, Dinámica del mercado, Logística, Documentación, Ruta exportadora.
Ministerio de la Protección Social	<p>Instituto de vigilancia y control de alimentos y medicamentos (INVIMA) Ejerce las funciones de inspección, vigilancia, control y certificación en buenas prácticas y condiciones sanitarias, e identifica y evalúa las infracciones a las normas sanitarias y a los procedimientos instaurados, a los establecimientos productores y comercializadores de los productos a que hace referencia el artículo 245 de la Ley 100 de 1993. https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=872&Itemid=70</p>	<p>Como ente dedicado al control y vigilancia de la calidad y seguridad de los productos farmacéuticos y alimenticios, tiene el muy importante rol de impulsar y realizar la inspección de productos catalogados dentro de la categoría de NV.</p>
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)	<p>Programa Oportunidades para la Equidad Rural Dentro de los proyectos que posee este programa se encuentran: Vivienda de Interés Social Rural, Mujer Rural, Tierras, Oportunidades Rurales, Alianzas Productivas, Atención a población rural desplazada, Programa de Recuperación de Tierras (PRORET). http://www.minagricultura.gov.co/07presupuesto/07c_opo_equidad.aspx</p>	<p>Proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Apoyo a Alianzas Productivas: Su objetivo es identificar posibles Alianzas Productivas y, a las más prometedoras, financiarles la fase de pre inversión –Estudios de Factibilidad– y las evaluaciones de viabilidad financiera, ambiental y social. B. Oportunidades Rurales: Es un programa del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) que adelanta programas para combatir la pobreza, mediante el fortalecimiento de las capacidades empresariales de los pobladores rurales, mejorando sus habilidades para competir e integrar a los mercados sus microempresas rurales, y así aumentar el número de empleos, los ingresos y las propiedades de las familias de más bajos recursos.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)	<p>Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO) Entidad financiera de Segundo Piso que fomenta al sector agropecuario por medio de créditos con bajos intereses, aplicando incentivos y garantías. Se pueden solicitar recursos para desarrollar proyectos agrícolas, pecuarios, pesqueros acuícolas, forestales y actividades rurales como artesanías, turismo rural, transformación de metales, piedras preciosas y minería. http://www.finagro.com.co/</p>	<p>Servicios prestados: A. Líneas de crédito: Ofrece recursos de crédito, a través de los intermediarios financieros, para el desarrollo de proyectos agropecuarios. Los rubros a financiar son los siguientes: - Capital de trabajo. - Inversión. - Normalización de cartera.</p> <p>B. Incentivo a la Capitalización Rural (ICR): - ICR Recuperación. - ICR Complementario. - Incentivo a la Asistencia Técnica (IAT). - Certificado de Incentivo Forestal (CIF). - Incentivo al Seguro Agropecuario (ISA).</p> <p>C. Fondo Agropecuario de Garantías (FAG).</p> <p>D. Programa de coberturas: El MADR otorgará a los subsectores agrícola, pecuario y acuícola exportadores, un incentivo para la compra de opciones Put Europeas, que permitan mitigar la incertidumbre cambiaria, disminuyendo posibles pérdidas económicas por la caída en la tasa de cambio, permitiendo estabilidad en la actividad agroexportadora y para el empleo generado por ella.</p> <p>E. Seguro agropecuario: El seguro agropecuario es una herramienta de mitigación de riesgos que permite al agricultor transferir el riesgo climático de sus actividades productivas a un agente experto: las compañías aseguradoras. A través de la contratación de un seguro agropecuario, el productor puede cubrir riesgos biológicos y los riesgos naturales tales como exceso y déficit de lluvia, vientos fuertes, inundaciones, heladas, granizadas, deslizamientos y avalanchas de origen climático.</p> <p>F. Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria (PRAN): Es un instrumento de política de gobierno que busca reactivar el sector rural colombiano que, por diferentes causas, presentó en la década de los 90 serios problemas en los diferentes aspectos que tienen incidencia en su desarrollo; estos produjeron una seria crisis de carácter financiero entre los productores del campo, pues la falta de capacidad de pago de sus obligaciones financieras con el sector bancario y de crédito institucional llevó a los acreedores a iniciar procesos de recuperación de sus activos a través de medidas judiciales, tal como lo establece el Estatuto Financiero Colombiano.</p> <p>G. Fondo Nacional de Solidaridad Agropecuario (FONSA): Su objetivo es otorgar apoyo económico a los pequeños productores agropecuarios y pesqueros para la atención y alivio parcial y total de sus deudas, cuando se presenten problemas climatológicos, fitosanitarios o de plagas o notorias situaciones de orden público.</p> <p>H. Microfinanzas Rurales: Este programa de microcrédito administra los recursos entregados, mediante convenios interadministrativos con el MADR, con los programas PADEMER y Oportunidades Rurales.</p>
	<p>Dirección de Cadenas Productivas</p> <p>A. Coordina la ejecución de la política sectorial en los procesos y cadenas productivas del sector agropecuario y rural.</p> <p>B. Desarrolla aspectos productivos del sector rural, tales como crédito, asistencia técnica, comercialización, agroindustria e infraestructura.</p> <p>C. Sugiere y propone planes y programas para propiciar la modernización y la diversificación productiva y el desarrollo empresarial de las zonas campesinas.</p> <p>D. Vela por el cumplimiento de las políticas para el desarrollo productivo del sector campesino en los programas de Inversión. https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Paginas/Direcci%C3%B3n-de-Cadenas-Productivas.aspx</p>	<p>Programas:</p> <p>A. Programas de apoyo e incentivos: Certificado de Incentivo Forestal, plan País Maíz, apoyo a la comercialización de cacao, programa de manejo de monilia en el cacao, programa de mantenimiento y acceso a mercados de las flores, compensaciones al precio mínimo de garantía del algodón, programa de suplementación bovina, apoyo a la comercialización de panela, programas para el sector lácteo, exención tributaria.</p> <p>B. Programa para la conformación de cadenas productivas: Cadena del Aguacate, Cadena Acuícola, Cadena de Algodón, Cadena de Alimentos Balanceados, Cadena Productiva de las Abejas y la Apicultura, Cadena del Arroz, Sector Avícola, Cadena del Banano, Cadena del Cacao, Cadena de la caña de azúcar, Cadena de Carne Bovina, Cadena Cárnica Porcina, Cadena del Cauchío Natural, Cadena de los Cítricos, Cadena del Coco, Cadena Equina, Asnal y Mular, Cadena del Fique, Cadena de Flores y Follaje, Cadena Forestal, Cadena Guadua y su Industria, Cadena de la Guayaba, Cadena de Hortalizas, Cadena Láctea, Cadena del Mango, Cadena de la Mora, Cadena Ovino-Caprina, Cadena de la Palma, Cadena de la Panela, Cadena de la Papa, Cadena de las Pasifloras, Cadena de Plantas Aromáticas, Cadena del Plátano, Cadena del Tabaco y su Industria, Cadena de la Yuca y su Industria.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR)	<p>Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) Entidad Pública del Orden Nacional con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, perteneciente al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Tiene jurisdicción en todo el territorio nacional, con domicilio principal en Bogotá, y cuenta con 32 Gerencias Seccionales, una por departamento. Diseña y ejecuta estrategias para prevenir, controlar y reducir riesgos sanitarios, biológicos y químicos para las especies animales y vegetales, que puedan afectar la producción agropecuaria, forestal, pesquera y acuícola de Colombia. http://www.ica.gov.co/</p>	<p>Programa Semillas y Recursos Filogenéticos. Subprogramas:</p> <p>A. Bioseguridad: Realiza análisis de riesgo y estudios de bioseguridad en la introducción, producción, comercialización y liberación de Organismos Vivos Modificados (por las nuevas biotecnologías o comúnmente conocidos como organismos transgénicos) con fines agrícolas, pecuarios y pesqueros.</p> <p>B. Certificación de semillas: Controla la producción de semillas certificadas y seleccionadas y supervisa los procesos de importación y las unidades de investigación de semillas producidas por métodos de mejoramientos convencionales y no convencionales, como los Organismos Modificados Genéticamente.</p> <p>C. Derechos de obtentor de variedades: Ejerce el control técnico-científico tendiente a reconocer y garantizar la protección de los derechos del obtentor de nuevas variedades vegetales, propiedad intelectual como lo son también las patentes, los derechos de autor, las marcas y los dibujos y diseños industriales.</p> <p>D. Pruebas de evaluación agronómica: Evalúa nuevos genotipos a comercializarse en el país, en las diferentes subregiones naturales, y realiza el seguimiento de la calidad genética, física, fisiológica y sanitaria de las semillas.</p> <p>E. Recursos filogenéticos: Tiene la función de procurar la preservación y el correcto aprovechamiento de recursos genéticos de uso en la agricultura y la alimentación, dentro de las actividades de ciencia y tecnología que se desarrollen.</p> <p>Programa Inocuidad e Insumos Agrícolas. Subprogramas:</p> <p>A. Fertilizantes y bioinsumos agrícolas: Ejerce el control técnico-científico de registro, producción, importación, comercialización y uso de fertilizantes, acondicionadores del suelo y bioinsumos agrícolas.</p> <p>B. Inocuidad agrícola: Asegura que los alimentos de origen agrícola que se producen, no contengan sustancias químicas y microorganismos adquiridos en la fase de producción primaria, que puedan afectar la salud de los consumidores.</p>
Ministerio de Educación Nacional	<p>Universidad Nacional de Colombia Cuenta con más de 800 grupos de investigación que, junto con los institutos y centros, consolidan las actividades de investigación de esta institución. http://www.hermes.unal.edu.co/</p>	<p>Direcciones y grupos de investigación adscritos:</p> <p>A. Dirección de investigación sede Bogotá (DIB). 82 grupos de investigación relacionados con NV.</p> <p>B. Dirección de Investigación Sede Manizales (DIM). 10 grupos de investigación relacionados con NV.</p> <p>C. Instituto Amazónico de Investigaciones (IMANI). 3 grupos de investigación relacionados con NV.</p> <p>D. Grupos de investigación Sede Caribe. 2 grupos de investigación relacionados con NV.</p> <p>E. Dirección de investigación Sede Medellín (DIME). 3 Institutos de investigación: Estudios ambientales, Investigaciones agrarias, Estadística aplicada y estudios socioeconómicos. 10 grupos de investigación relacionados con NV.</p> <p>F. Grupos de investigación sede Orinoquía. 2 grupos de investigación relacionados con NV.</p> <p>G. Dirección de investigación sede Palmira (DIPAL). 11 grupos de investigación relacionados con NV.</p>
Ministerio de Minas y Energía	<p>Unidad de Planeación Minero Energética (UPME) Planea en forma integral, permanente y coordinada con las entidades del sector minero energético, tanto públicas como privadas, el desarrollo y aprovechamiento de los recursos energéticos y mineros, para producir y divulgar la información minero energética requerida. http://www1.upme.gov.co/</p> <p>Programa de uso racional y eficiente de energía y fuentes no convencionales, 2010-2015 (PROURE) Orientado fundamentalmente a la disminución de la intensidad energética, al mejoramiento de la eficiencia energética de los sectores de consumo y la promoción de las fuentes no convencionales de energía, en función de la identificación de las potenciales, y a la definición de metas por ahorro energético y la participación de las fuentes y tecnologías no convencionales en la canasta energética del país. http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/UserFiles/File/ENERGIA/URE/Informe_Final_Consultoria_Plan_de_accion_Proure.pdf</p>	<p>Sistemas de gestión de información y conocimiento en fuentes no convencionales de energía.</p> <p>A. Sistema de Información de Eficiencia Energética y Energías Alternativas (SI3EA).</p> <p>B. Sistema de Información Ambiental y Minero Energética (SIAME).</p> <p>Determina las metas de participación de las fuentes no convencionales, y establece el subprograma para la promoción del uso de estas fuentes de energía.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Ministerio de Trabajo	<p>Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias Entidad del Estado, adscrita al Ministerio del Trabajo, que tiene la tarea de fomentar y fortalecer las organizaciones solidarias en Colombia (cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales, fundaciones, asociaciones, corporaciones, organismos comunales y grupos de voluntariado). http://www.organizacionessolidarias.gov.co/?q=la-entidad/dependencias</p>	<p>Direcciones:</p> <p>A. Dirección de Investigación y Planeación: Grupo planeación y estadística, Grupo de educación e investigación, Grupo de comunicaciones y conectividad.</p> <p>B. Dirección de Desarrollo de las Organizaciones Solidarias: Grupo de cooperación internacional, Grupo de gestión sur-occidente, Grupo de gestión norte, Grupo de gestión centro, Grupo de gestión centro-oriente.</p>
Presidencia de la Republica	<p>Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCell) Conjunto de orientaciones, normas, actividades, recursos, programas e instituciones públicas y privadas que prevén y promueven la puesta en marcha de una política de productividad y competitividad. http://wsp.presidencia.gov.co/snpei/institucionalidad/Paginas/SNCell.aspx</p>	<p>Comisiones de competitividad:</p> <p>A. Comisión Nacional de Competitividad e Innovación (CNCell): Espacio de encuentro de todos los actores involucrados en temas de competitividad e innovación para diseñar las políticas en esta materia.</p> <p>B. Comisiones Regionales de Competitividad: Su composición garantiza la adecuada participación de los principales actores sociales de cada región. Están conformadas por representantes de los entes territoriales (gobernación y/o alcaldías), empresarios, agrupaciones, academia, consumidores, y demás actores de desarrollo. Están además encargadas de concebir la estrategia regional de competitividad.</p> <p>C. Comités Técnicos Mixtos: Sirven como apoyo a la CNCell para ejercer sus funciones. Buscan resolver temas relacionados con competitividad, donde se requiera una articulación entre diferentes entidades del gobierno y el sector privado. Cada comité tiene un plan de trabajo concreto, que en algunos casos se convierte en recomendaciones específicas de política. A la fecha, existen 14 comités en el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación.</p>
	<p>Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia. (APC Colombia) Gestiona, orienta y coordina técnicamente la cooperación internacional pública, privada, técnica y financiera no reembolsable que reciba o otorgue el país; así mismo, administra y apoya la canalización y ejecución de recursos, programas y proyectos de cooperación internacional, atendiendo los objetivos de política exterior y el Plan Nacional de Desarrollo. http://www.apccolombia.gov.co/#&panel1-1&panel2-1</p>	<p>Líneas de acción:</p> <p>A. Asesoría en la formulación, promoción y gestión de programas y proyectos de cooperación internacional, destinada a diferentes agentes y bajo diferentes modalidades.</p> <p>B. Estudio, valoración y apoyo en la negociación de proyectos de cooperación internacional.</p> <p>C. Apoyo para la incorporación de recursos de cooperación al Presupuesto Nacional.</p> <p>D. Asignación de recursos de contrapartida a proyectos de cooperación.</p> <p>E. Elaborar y proporcionar el acceso a herramientas que faciliten la gestión de cooperación internacional. Apoyar la formulación, coordinación y gestión de la cooperación internacional en los territorios, a través de los departamentos y en los sectores, a través del Gobierno Central.</p> <p>Herramientas para acceder a la cooperación:</p> <p>A. Sistema de Información.</p> <p>B. Procedimientos para Acceder a la Cooperación.</p> <p>C. Manuales para Acceder a la Cooperación.</p> <p>D. Centro de Documentación.</p> <p>E. Becas, cursos y convocatorias.</p> <p>Programas relacionados con Negocios Verdes:</p> <p>A. Programa de Biodiversidad y Servicios del Ecosistema: Promueve la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos en beneficio del desarrollo de las economías de la región. El programa busca establecer nuevas formas de hacer negocios para que las inversiones públicas y privadas estimulen el crecimiento inclusivo y sostenible, la mitigación de la pobreza y al mismo tiempo, la protección de los activos naturales.</p> <p>B. Naturalmente Colombia: Impulsa la conservación y protección de más de 2 millones de hectáreas, en los tres ecosistemas priorizados del país, como mares y costas, bosques secos y las sabanas de la Orinoquía, lo que también apoyará la consolidación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Departamentos Administrativos	Alta Consejería para la Gestión Pública Privada Responsable de coordinar y articular todas las actividades del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación con el fin de identificar y solucionar cuellos de botella que afectan la competitividad del país. http://wsp.presidencia.gov.co/sncei/institucionalidad/ Paginas/equipo-trabajo.aspx	Líneas de acción: A. Asesorar en el seguimiento y la ejecución de las políticas formuladas por el Presidente de la República y el Gobierno Nacional, en materia de coordinación entre el sector público y el privado. B. Asesorar en materia de ciencia, tecnología e innovación, y recomendar mecanismos de coordinación entre las entidades públicas y privadas que cumplan estas funciones. C. Asesorar en materia de competitividad y promoción de la inversión extranjera en el país, y recomendar mecanismos de concertación entre las entidades públicas y privadas que cumplan estas funciones. D. Asesorar en los asuntos económicos que por decisión expresa del Presidente de la República le sean encomendados, rendir los informes que le sean solicitados y presentar las recomendaciones para la implementación de las políticas en la materia.
	Departamento Nacional de Planeación (DNP) Entidad eminentemente técnica que impulsa la implantación de una visión estratégica del país en los campos social, económico y ambiental, a través del diseño, la orientación y evaluación de las políticas públicas colombianas, el manejo y la asignación de la inversión pública y la concreción de las mismas en planes, programas y proyectos del Gobierno. https://www.dnp.gov.co/programas/Paginas/ programas.aspx	Subdirecciones: A. Subdirección Territorial y de Inversión Pública: - Dirección de Desarrollo Territorial Sostenible. - Dirección de Inversiones y Finanzas Públicas. - Dirección de Regalías. B. Subdirección Sectorial: - Dirección de Infraestructura y Energía Sostenible. - Dirección de Desarrollo Social. - Dirección de Justicia, Seguridad y Gobierno. - Dirección de Desarrollo Rural Sostenible. - Dirección de Desarrollo Urbano. - Dirección de Desarrollo Empresarial.
	Departamento Administrativo de Ciencia Tecnología e Innovación - COLCIENCIAS Promueve las políticas públicas para fomentar la CT+I en Colombia, coordina el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), define los programas estratégicos para el desarrollo del país, el aprovechamiento de la cooperación internacional y la visibilización, uso y apropiación de los conocimientos producidos. http://www.colciencias.gov.co/	Programas: A. Programa Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Ambiente, Biodiversidad y Hábitat: Promueve la investigación y la innovación en los sectores ambiental y de hábitat, con miras al desarrollo sostenible. Se encuentran las siguientes líneas de acción relacionadas con NV: Gestión integral de la biodiversidad, hábitat y uso sostenible del territorio, producción más limpia y tecnologías ambientales. B. Programa Nacional de Biotecnología: Articula la investigación e innovación de universidades, centros de investigación y empresas con entidades gubernamentales, buscando el desarrollo económico con base en la protección y el aprovechamiento de la biodiversidad. Proyectos: Centro nacional de secuenciación genómica (conjunto de ciencias y técnicas dedicadas al estudio integral del funcionamiento, el contenido, la evolución y el origen de los genomas), y el Centro de bioinformática y biología computacional (manejo y análisis de datos de investigación biológica). C. Ciencia y Tecnología para Todos: Herramienta para la consulta en las bases de datos que recogen toda la información sobre currículos de investigadores (CvLAC) y hojas de vida de grupos de investigación (GrupLAC) colombianos. Las bases de datos registran 551 instituciones.
	Departamento para la Prosperidad Social (DPS) Entidad del Gobierno Nacional que encabeza el Sector de Inclusión Social y Reconciliación y tiene como objetivo formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos para la superación de la pobreza, la inclusión social, la reconciliación, la recuperación de territorios, la atención a grupos vulnerables y población discapacitada y la reintegración social y económica y la atención y reparación a víctimas de la violencia. http://www.dps.gov.co/contenido/contenido/ aspx?catID=3&conID=557	Dependencias y programas: A. Programas especiales del DPS: Paz, Desarrollo y Estabilización, Subdirección Seguridad Alimentaria y Nutrición, Familias en su Tierra, Infraestructura y Hábitat, Programa Especial Línea Desarraigados, Música para la Reconciliación, Convocatorias Desarrollo y Paz, Cordón Ambiental. B. Dirección de Inclusión Productiva y Sostenibilidad: Tiene como objetivo atender a la población del sector de la Inclusión Social y la Reconciliación, con la promoción del desarrollo de capacidades, la generación de oportunidades y el acceso a activos, logrando la inclusión productiva sostenible y la integración regional. Dentro de sus subprogramas se encuentran: Generación de Ingresos y Empleabilidad, Activos para la Prosperidad, Apoyo Misional y Sostenibilidad. C. Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE): Entidad encargada de la estrategia nacional de promoción social para la población más pobre y vulnerable, a partir del alineamiento de los instrumentos de focalización de las instituciones públicas, la optimización de la inversión social privada y el impulso de la innovación social. D. Otras entidades adscritas: Unidad de Atención y Reparación Integral a las Víctimas, Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y Centro de Memoria Histórica.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Departamentos Administrativos	<p>Departamento para la Prosperidad Social (DPS) Entidad del Gobierno Nacional que encabeza el Sector de Inclusión Social y Reconciliación y tiene como objetivo formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos para la superación de la pobreza, la inclusión social, la reconciliación, la recuperación de territorios, la atención a grupos vulnerables y población discapacitada y la reintegración social y económica y la atención y reparación a víctimas de la violencia. http://www.dps.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=3&conID=557</p>	<p>Dependencias y programas:</p> <p>A. Programas especiales del DPS: Paz, Desarrollo y Estabilización, Subdirección Seguridad Alimentaria y Nutrición, Familias en su Tierra, Infraestructura y Hábitat, Programa Especial Línea Desarraigados, Música para la Reconciliación, Convocatorias Desarrollo y Paz, Cordón Ambiental.</p> <p>B. Dirección de Inclusión Productiva y Sostenibilidad: Tiene como objetivo atender a la población del sector de la Inclusión Social y la Reconciliación, con la promoción del desarrollo de capacidades, la generación de oportunidades y el acceso a activos, logrando la inclusión productiva sostenible y la integración regional. Dentro de sus subprogramas se encuentran: Generación de Ingresos y Empleabilidad, Activos para la Prosperidad, Apoyo Misional y Sostenibilidad.</p> <p>C. Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE): Entidad encargada de la estrategia nacional de promoción social para la población más pobre y vulnerable, a partir del alineamiento de los instrumentos de focalización de las instituciones públicas, la optimización de la inversión social privada y el impulso de la innovación social.</p> <p>D. Otras entidades adscritas: Unidad de Atención y Reparación Integral a las Víctimas, Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y Centro de Memoria Histórica.</p>
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	<p>Entidad encargada de cumplir la función que le corresponde al Estado de dar formación profesional integral a los trabajadores de todas las actividades económicas, y a quienes sin serlo, requieran dicha formación, para aumentar por ese medio la productividad nacional y promover la expansión y el desarrollo económico y social armónico del país, bajo el concepto de equidad social redistributiva. Se divide en cinco regionales: Caribe, Andina, Pacífico, Amazonía y Orinoquía. Tiene presencia en los 33 departamentos, en cada uno de los cuales posee sus centros de formación de acuerdo con la demanda de la región.</p> <p>Modelo Estratégico: Concibe al SENA como una entidad que contribuye a la competitividad del país, a través de dos grandes propósitos: El incremento de la productividad de las empresas y las regiones y la inclusión social de personas y comunidades vulnerables, por medio de acciones de formación profesional integral y de empleo y emprendimiento, para lo cual requiere el desarrollo del Sistema Nacional del Conocimiento SENA.</p>	<p>Iniciativas estratégicas:</p> <p>A. Apoyo a la creación y fortalecimiento de unidades de investigación.</p> <p>B. Innovación y desarrollo tecnológico productivo en las empresas.</p> <p>C. Formación especializada y actualización tecnológica del recurso humano.</p> <p>D. Fortalecimiento del servicio nacional de empleo.</p> <p>E. Promoción del emprendimiento dinámico, productivo y social.</p> <p>F. Diseño e implementación del centro nacional de formación virtual y a distancia.</p> <p>G. Instituto de investigación para la formación profesional.</p> <p>H. Empresa formadora.</p> <p>I. Certificación de Industria.</p> <p>J. Movilidad y competencias Internacionales.</p>
	<p>El Fondo Emprender fue creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices del SENA, matriculados en programas de Formación Titulada, que hayan finalizado su etapa lectiva, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior de pregrado, estudiantes que hayan concluido materias, dentro de los últimos doce (12) meses de un programa de educación superior de pregrado, técnico profesional, tecnólogo o profesional universitario cuyo título haya sido obtenido durante los últimos 60 meses, estudiantes que se encuentren cursando especialización, maestría y/o doctorado, así como egresados de estos programas que hayan culminado y obtenido el título dentro de los últimos 60 meses, estudiantes SENA del programa Jóvenes Rurales y Línea de Formación Líderes del Desarrollo, egresados del programa de formación SENA para Población en situación de desplazamiento por la violencia. http://www.fondoemprender.com</p>	<p>Etapas con el Fondo Emprender:</p> <p>A. Formulación plan de negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Registro y Asesoría. - Aprobación Técnica. - Presentación a Convocatoria. <p>B. Evaluación y asignación de recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación del plan de negocios. - Asignación de recursos. - Legalización del contrato. <p>C. Ejecución.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecución del plan de negocios. - Seguimiento y acompañamiento. - Evaluación de indicadores de gestión. - Decisión sobre reembolso de recursos.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Dependencias/Funciones/Líneas Estratégicas/Proyectos Relacionados con Negocios Verdes
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	<p>Las Mesas Sectoriales son instancias de concertación sectorial o transversal de carácter nacional. Están conformadas por representantes del Gobierno, Sector Productivo y Sector Académico. A 31 de octubre de 2012 operaban 78 Mesas Sectoriales en todo el país.</p> <p>http://mgiportal.sena.edu.co/Portal/Servicios+a+Empresarios/Mesas+sectoriales/</p>	<p>Mesas sectoriales relacionadas a NV:</p> <p>Acuicultura, artesanías, agroindustria de la panela, agroindustria del banano, biotecnología, cadena de la guadua, fique, biocombustibles, producción agropecuaria ecológica, caucho, turismo, avícola, biotecnología, cacao, cadena del cuero, calzado y marroquinería, cadena fibras textiles y confecciones, cadena forestal, madera, muebles y productos de madera, café, confitería, floricultura, frutas y hortalizas, palma de aceite y oleaginosas, procesamiento de alimentos, producción agrícola, producción de bebidas, producción pecuaria.</p>
Red Nacional de Jardines Botánicos	<p>Promueven acciones para lograr reconocimiento de la diversidad biológica como un bien global de vital importancia y valor para las generaciones presentes y futuras. En las últimas décadas se han convertido en importantes centros de conservación y desarrollo de la biodiversidad. Casi todos los jardines reseñados en la columna de la derecha tienen su sitio en internet con más información.</p>	<p>Jardines botánicos a nivel nacional:</p> <p>A. Jardín Botánico Alejandro von Humboldt, Ibagué. Cuenta con una sección de plantas medicinales y graminetum, desarrollado por estudiantes de los programas de Biología y Agronomía, donde se exhiben especies con sus correspondientes etiquetas de clasificación y uso. También se presenta una sección de plantas acuáticas típicas de las regiones tropicales y subtropicales.</p> <p>B. Jardín Botánico José Celestino Mutis, Bogotá. Los proyectos relacionados se encuentran en la subdirección científica: Agricultura urbana, conservación, restauración y uso sostenible.</p> <p>C. Jardín Botánico Joaquín Antonio Uribe, Medellín. Programa conservación de la flora nativa financiado por Ecopetrol. Dentro de sus publicaciones se encuentran temas relacionados con biodiversidad y sistemas pecuarios, forestales y de arquitectura sostenible.</p> <p>D. Jardín Botánico de Plantas Medicinales del CEA, CorpoAmazonía. Colección biológica que comprende una extensión de 25 hectáreas, constituida por alrededor de 500 ejemplares.</p> <p>E. Jardín Botánico del Darién. Servicios: Clasificación de especies mayores, preparación de guías ecoturísticas, inventario etnobotánica (en preparación).</p> <p>F. Jardín Botánico del Quindío. Cuenta con colección botánica de heliconias, helechos y palmas, insectarium, mariposario y observatorio de aves.</p> <p>G. Jardín Botánico Eloy Valenzuela - CDMB. 7,5 hectáreas de extensión; el único del Oriente colombiano, en el municipio de Floridablanca; colección de 400 especies.</p> <p>H. Jardín Botánico de Popayán. Creado por el Consejo Superior de la Fundación Universitaria de Popayán, asume la investigación en biodiversidad y etnobotánica, formación de bancos de germoplasma, estudios de flora amenazada, además de la conservación y extensión a la comunidad.</p> <p>I. Jardín Botánico de San Andrés. Cerca de 8 hectáreas de propiedad de la Universidad Nacional. Programa de aprovechamiento de los recursos naturales en un marco de sostenibilidad, a través de actividades agrícolas, pecuarias y pesqueras. Programa de investigación permanente para el estudio de la flora y la fauna asociada.</p> <p>J. Jardín Botánico Universidad de Caldas. Ejes de acción e investigaciones: Etnobotánica, plantas en vía de extinción, áreas estratégicas de conservación.</p> <p>K. Jardín Botánico Universidad Tecnológica de Pereira. Posee un grupo de investigación avalado por COLCIENCIAS, y un programa de ecoturismo.</p> <p>L. Jardín Botánico de Nariño - Centro Ambiental Chimayó. Proyectos demostrativos. Agricultura ecológica: cultivos de labranza mínima y siembra directa, con el fin de proteger el suelo; Plantas aromáticas y medicinales; Tratamiento de residuos sólidos.</p> <p>M. Jardín Botánico Quinta de San Pedro Alejandrino; Jardín Botánico Guillermo Piñeres, Bolívar; Jardín Botánico Juan María Céspedes - INCIVA, Valle del Cauca; Jardín Botánico San Jorge, Ibagué; Jardín Botánico de Cali.</p>
Departamento Nacional de Planeación (DNP)	<p>Colombia Compra Eficiente</p> <p>Crea políticas unificadas que sirvan de guía a los administradores de compras y que permiten monitorear y evaluar el desempeño del sistema y generar mayor trasparencia en las compras; funciona como entidad rectora que provee soporte adecuado para ejecutar el Plan de Desarrollo.</p> <p>http://www.colombiacompra.gov.co</p>	<p>Funciones:</p> <p>A. Formulación de políticas, planes y programas buscando optimizar la oferta y demanda en el mercado.</p> <p>B. Racionalización normativa para una mayor eficiencia de las operaciones.</p> <p>C. Desarrollo y difusión de las políticas, normas e instrumentos para facilitar las compras y promover la eficiencia.</p> <p>D. Coordinación con otras entidades públicas para el cumplimiento de sus objetivos.</p> <p>E. Elaboración de estudios, diagnósticos y estadísticas para mejorar la efectividad del sistema.</p> <p>F. Resolución de consultas sobre la aplicación de las normas y expedición circulares sobre la materia.</p> <p>G. Apoyo al Gobierno en las negociaciones internacionales sobre el tema.</p> <p>H. Diseño, la organización y celebración de Acuerdos Marco de Precios.</p> <p>I. Desarrollo del sistema de compras electrónicas.</p> <p>J. Apoyo a los oferentes para facilitar y mejorar su participación.</p> <p>K. Difusión de mejores prácticas y coordinación de los programas de capacitación con otras entidades.</p> <p>L. Apoyo a las entidades territoriales en la gestión de compras.</p>



Anexo 2. Actores Privados de Orden Nacional Relacionados con los Negocios Verdes en Colombia.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
<p>Asociación de Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS)</p> <p>Articula y representa a estas corporaciones ante diferentes instancias, ejerciendo la vocería en temas de interés para el ejercicio de sus funciones misionales, en beneficio de la sostenibilidad ambiental del país. http://www.asocars.org.co/</p>	<p>Reúne a 26 Corporaciones Autónomas Regionales (CAR), entidades autónomas, de carácter público, integradas por los entes territoriales que conforman una unidad geopolítica, biogeográfica o hidrogeográfica; son las encargadas de administrar, dentro de su jurisdicción, el medio ambiente, los recursos naturales renovables y no renovables, y de propender por el desarrollo sostenible de su área. Y a 7 Corporaciones Autónomas Regionales para el Desarrollo Sostenible (CDS), las cuales, además de las funciones propias de las CAR, tienen como encargo principal promover el conocimiento de los recursos naturales renovables y del medio ambiente de la jurisdicción, ejercer actividades de promoción e investigación científica y transferencia de tecnología, dirigir el proceso de planificación regional de uso del suelo para mitigar o desactivar explotaciones inadecuadas del territorio, entre otras. (Artículo 23, ley 99 de 1993)</p>	<p>Las corporaciones deben tener en cuenta, dentro de sus lineamientos institucionales, estrategias que contribuyan a la conservación y al desarrollo socio-económico de los departamentos de su jurisdicción. Dichas estrategias deben enmarcarse en la implementación de la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible y del Programa Nacional de Biocomercio Sostenible, contribuyendo además a la consolidación de los Negocios Verdes del país.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras) Es una entidad privada, sin ánimo de lucro, que agremia y representa a las 57 entidades del sector que existen en Colombia. Está organizada en cinco regiones. Cada región cuenta con una Cámara denominada Coordinadora, que apoya localmente a las entidades que integran la zona. Estas Cámaras están en Barranquilla (Caribe), Bogotá (central), Bucaramanga (noroccidental), Cali (suroccidental) y Medellín (Antioquia). Cada región es representada en la Junta Directiva de Confecámaras por tres Cámaras de Comercio. http://www.confecamaras.org.co/	Funciones: A. Propicia la competitividad y el desarrollo regional a través del fortalecimiento de las cámaras como instituciones y la representación proactiva del sistema ante el Estado, en temas de competitividad, formalización, emprendimiento e innovación empresarial. B. Representa al sector privado dentro de la Comisión Nacional de Competitividad e Innovación. C. Apoya al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) en la coordinación nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad. D. Desarrolla las líneas de cooperación y ejecuta los programas, planes y proyectos en lo concerniente a competitividad. E. Promociona y difunde los mecanismos de inversión y coordinación nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad.	Líneas temáticas y programas: A. Cooperación y Competitividad para la Red de Cámaras de Comercio: A través esta área, Confecámaras planea y coordina el agenciamiento de recursos de cooperación para las cámaras de comercio, la transferencia de conocimiento y buenas prácticas en la Red, y los temas relacionados con competitividad, entre ellos, innovación, formalización y emprendimiento. B. Análisis económico: Lidera el Comité de Análisis Económico que integra la investigación realizada por las Cámaras de Comercio desde las regiones, sobre temas relevantes para las regiones y para el país en términos de competitividad, formalización, emprendimiento e innovación. C. Programa ComprometeRSE, Ecopetrol-Confecámaras: Entrega a las empresas participantes conocimientos y herramientas enfocadas hacia el Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial; proyectos en: Barrancabermeja, Casanare (Aguazul, Tauramena, Monterrey), Cartagena (Turbaco, Turbana), Cúcuta/Tibú, Magdalena Medio (Yondó, Sabana de Torres, El Centro), Neiva (Aipe), Orito y Villavicencio (Castilla La Nueva, Chicheneme). D. Programa de Gobierno Corporativo: Convenio con la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de la Confederación Suiza (Seco). El objetivo de esta iniciativa, en la que participan Bancóldex y las Cámaras de Comercio de Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Pereira y Santa Marta, es fortalecer las prácticas de Gobierno Corporativo de las pymes, particularmente de las empresas de familia, mejorando su administración para facilitar su acceso a recursos de financiación, reducir su tasa de liquidación y mejorar la sostenibilidad y competitividad. E. Programa de Emprendimiento: Convenio con el MINCIT con el objeto de fomentar el emprendimiento en Colombia, contribuir con la creación de nuevos mecanismos de financiación, el diseño de un modelo de incubación y el desarrollo de los planes regionales de emprendimiento. F. Programa Formalización Empresarial: Convenio de Cooperación con el MINCIT, cuyo objetivo es fomentar la formalización empresarial en el país, a través de la implementación de Brigadas para la Formalización y Talleres de Capacitación sobre los beneficios de la formalización. G. Programa de innovación: Convenio de cooperación con Colciencias para el diseño, orientación y seguimiento de una estrategia nacional para promover la generación de capacidades
Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (CORPOICA) Entidad descentralizada por servicios, con régimen privado, encargada de generar conocimiento científico y soluciones tecnológicas a través de actividades de investigación, innovación, transferencia de tecnología y formación de investigadores, en beneficio del sector agropecuario colombiano. http://www.corpoica.org.co/	Programa SIEMBRA Apoya la gestión del conocimiento mediante el diseño y la producción de indicadores de C+T+i. Además, provee información de forma pertinente, permanente y oportuna, reflejando la dinámica del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología Agroindustrial (SNCTA). http://www.siembra.com.co/siembra/main.aspx	Agenda I+D+i: Administra el sistema nacional de innovación agropecuaria, que recopila conocimientos, técnicas y tecnologías por producto, teniendo en cuenta cada uno de los actores dentro de las cadenas productivas; tiene 53 cadenas productivas dentro de su base de datos. Centros de investigación: - Centro de Investigación Caribia, Magdalena. - Centro de Investigación Motilonia, Cesar. - Centro de Investigación Turipaná, Córdoba. - Centro de Investigación La Suiza, Santander. - Centro de Investigación El Nus, Antioquia. - Centro de Investigación La Selva, Antioquia. - Centro de Investigación Tibaitatá, Cundinamarca. - Cimpa, Santander (C.I. Tibaitatá). - Sede central, Cundinamarca. - Centro de Biotecnología y Bioindustria (CBB), Cundinamarca. - Centro de Investigación Nataima, Tolima. - Centro de Investigación La Libertad, Meta. - Centro de Investigación Carimagua, Meta. - Centro de Investigación Palmira, Valle del Cauca. - Centro de Investigación El Mira, Nariño. - Centro de Investigación Obonuco, Nariño.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) Orienta a las empresas para que desarrollen y pongan en marcha prácticas que les permitan mejorar continuamente y lograr un equilibrio entre sus objetivos económicos, sociales y ambientales, en armonía con el desarrollo sostenible. http://www.cecodes.org.co/	Centros de Investigación Cuentan con un equipo de 264 investigadores de diferentes disciplinas del conocimiento, ubicados en 14 centros de investigación y dos sedes adscritas, en diversas regiones del país, cuyo objeto es generar y transferir conocimientos científicos y soluciones tecnológicas, mediante la investigación y la innovación en los servicios y productos para el sector agropecuario colombiano.	Programas de trabajo: A. Huella de carbono. B. Sistemas de gestión. C. Programas de excelencia ambiental. D. Casos de sostenibilidad y temas asociados. E. Reportes de sostenibilidad. F. Ecoeficiencia. G. Negocios inclusivos. H. Responsabilidad social empresarial. I. Educación.
Fondo Biocomercio Colombia Entidad sin ánimo de lucro. Instrumento de gestión ambiental de tipo financiero y empresarial que busca brindar una herramienta de sostenibilidad a las diferentes empresas que se han consolidado gracias al apoyo de programas de asistencia empresarial. http://www.fondobiocomercio.com/	A. Proyecto GEF-CAF: El Proyecto da facilidades de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la Región Andina. Es de carácter regional, con participación de Colombia, Ecuador y Perú, y tiene por objeto contribuir a la conservación y uso sostenible de la Biodiversidad mediante la implementación de estrategias que promuevan el comercio sostenible de bienes y servicios derivados de la biodiversidad, procurando una distribución justa y equitativa de los beneficios. De igual forma, pretende apoyar y fortalecer la protección y uso sostenible de la biodiversidad en la región Andina a través del soporte del sector de Biocomercio. B. Servicios financieros: El Fondo suscribió un Convenio de Garantías Complementarias con el Banco Agrario de Colombia, cuyo objeto es la financiación por parte del Banco, bajo sus políticas y reglamentación, de los proyectos de producción, transformación, y comercialización que se enmarquen en el Manual de Servicios de FINAGRO, y que sean avalados por el Fondo; se tratará de iniciativas desarrolladas por pequeños y medianos productores, individualmente considerados o bajo esquemas asociativos, en el territorio nacional. C. Convenios: - Comité Técnico Nacional de Biodiversidad y Competitividad: Creado en enero de 2008, en el marco del Decreto 2828 de 2006. - Resnatur: Convenio con la Asociación Red Colombiana de Reservas Naturales de la Sociedad Civil, en el cual por cada empresa de una reserva asociada a la que se le otorgue un servicio financiero, Resnatur recibirá un porcentaje de los réditos obtenidos por el Fondo Biocomercio. - Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y las Áreas Protegidas: Tiene por objeto la cooperación interinstitucional, técnica, administrativa y financiera entre ambos fondos para promover, asistir y evaluar los procesos productivos en las zonas de influencia de las áreas protegidas del país, en procura de consolidar las políticas nacionales de conservación in-situ y el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, buscando hacer sostenibles las áreas protegidas. - Corporación de Planeación y Transferencia Tecnológica Agropecuaria (PLANTTA): Con esta incubadora de microempresas rurales se pretende que las empresas que soliciten servicios financieros al Fondo Biocomercio pero que tengan debilidades en desarrollo empresarial, plan de negocios, etc., puedan encontrar en Planta el aliado que las陪伴e en su proceso de consolidación. - Asociación Colombiana de Productores de Ingredientes Naturales para la Industria Cosmética, Farmacéutica y Alimenticia - NATIVA: Con este convenio se busca contribuir a la sostenibilidad financiera de la Asociación, a partir de los réditos generados por su gestión con el Fondo Biocomercio, en la implementación de los servicios de asistencia técnica y seguimiento a las empresas asociadas. - Artesanías de Colombia: A través de este convenio se espera fortalecer el desarrollo de empresas de artesanías cuyas materias primas sean de la biodiversidad nativa y que estén siendo fomentadas por Artesanías de Colombia, poniendo a su disposición servicios financieros de acuerdo con sus necesidades. - Corporación Red Colombia Verde (RCV): El Fondo Biocomercio contribuye a su sostenibilidad financiera, cediendo parte de los réditos que reciba por cada empresa afiliada a la red que haga uso de los servicios financieros que ofrece el Fondo. La RCV se compromete a dar asistencia técnica y hacer seguimiento en Principios y Criterios de Biocomercio a estos clientes. - Fundación Agencia de Desarrollo Territorial (ADET): Con el fin de facilitar y fomentar el fortalecimiento de empresas de biocomercio en el departamento del Cauca, ADET hace promoción y seguimiento a aquellas que deseen aprovechar las ventajas de los servicios financieros que presta el Fondo Biocomercio. - Woor en Daad: Es una ONG cristiana de Holanda cuyo fin es estimular el desarrollo económico al proveer acceso a crédito y servicios financieros, asistencia técnica organizacional y alianzas para pequeñas y medianas empresas. Por tener objetivos comunes, ha realizado un convenio con el Fondo Biocomercio para apoyar a ciertas empresas en el logro de sus objetivos.	

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Gremios	<p>Sociedad de agricultores de Colombia (SAC) Es la máxima asociación gremial agropecuaria de carácter nacional, integrada por agricultores, ganaderos, piscicultores, silvicultores, profesionales de la producción rural, personas jurídicas del mismo carácter y las entidades gremiales constituidas por ellos. Su función general es llevar la representación y vocería de los productores del agro. En este sentido realiza actividades de articulación interna de intereses y sirve de interlocutora ante otros grupos sociales y ante el Estado. La SAC tiene 38 gremios e instituciones afiliadas.</p> <p>Líneas de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Estudios agroeconómicos, que abarcan, entre otros, los siguientes temas: entorno nacional e internacional, comportamiento sectorial, comercio exterior, empleo, costos y perspectivas. B. Documentos de análisis de las legislaciones tributaria, laboral, ambiental y otras que tengan implicaciones en las actividades agrícolas y pecuarias. C. Participación en reuniones con el Gobierno, el Legislativo e intersectoriales, intervenciones en foros, seminarios, entre otros escenarios de discusión de temas de interés del sector y de la nación. D. Formulación de propuestas con miras a orientar las negociaciones comerciales en lo relacionado con el sector agropecuario. E. Desarrollo de programas de asesoría técnica y de capacitación para el desarrollo de proyectos agroempresariales. F. Publicación, desde 1906, de la Revista Nacional de Agricultura. G. Creación de escenarios de análisis y debate de temas de interés sectorial como foros, seminarios, entre otros. 	<p>Agremiados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - AGROBIO. Asociación de biotecnología vegetal agrícola. - ANALAC. Asociación nacional de productores de leche. - ASIAC. Asociación de ingenieros agrícolas de Colombia. - ASOCAÑA. Asociación de cultivadores de caña de azúcar de Colombia. - ASOCOLFLORES. Asociación colombiana de exportadores de flores. - ASOHOFRUCOL. Asociación hortofrutícola de Colombia. - ASOPORCULTORES. Asociación colombiana de porcicultores. - AUGURA. Asociación de bananeros de Colombia. - CONALGODÓN. Confederación colombiana de algodón. - COLTABACO. Compañía colombiana de tabaco. - FEDECACAO. Federación de Cacaoteros. - FEDECAUCHO. Federación Nacional de Productores de Caucho. - FEDEFIQUE. Federación de Fíqueros. - FEDEFONDOS. Federación Nacional de Fondos Ganaderos. - FEDEPALMA. Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite. - FEDEPANELA. Federación Colombiana de Productores de Panela. - FEDEPAPA. Federación Colombiana de Productores de Papa. - FEDEBIOCOMBUSTIBLES. Federación Nacional de Biocombustibles. - FEDERACAFÉ. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. - FENALCE. Federación Nacional de Cultivadores de Cereales. - FUNDEJUR. Fundación para el Desarrollo de la Juventud Rural. - FUNDALLANURA. Fundación para el Desarrollo Agroindustrial de la Altillanura. - PROCAÑA. Asociación Colombiana de Productores y Proveedores de Caña de Azúcar. - SADA. Sociedad Antioqueña de Agricultores. - SAGAN. Sociedad de Agricultores y Ganaderos de Nariño. - SAG – VALLE. Sociedad de Agricultores y Ganaderos del Valle. - SAG – CAUCA. Sociedad de Agricultores y Ganaderos del Cauca. - SAS. Sociedad de Agricultores y Ganaderos de Santander. - UNAGA. Unión Nacional de Asociaciones Ganaderas Colombianas. - BMC. Bolsa Mercantil de Colombia. - CENTRAL CASTILLA. Central Castilla. - COLINAGRO. Compañía Colombiana de Inversiones Agrícolas. - FIDUAGRARIA. Fiduagraria. - INDUPALMA. Industria Agraria La Palma. - MANUELITA S.A. Ingenio Manuelita. - PALMAR DE ORIENTE LTDA. Palmar de Oriente.
	<p>Asociación Hortofrutícola de Colombia (ASOHOFRUCOL) Organización nacional de carácter gremial, sin ánimo de lucro, que tiene el propósito de fortalecer y dinamizar el desarrollo del subsector de frutas y hortalizas de Colombia. Su sede principal está en Bogotá y tiene Comités Regionales en más de 400 municipios, que asocian y representan a los productores –personas naturales y jurídicas– dedicados a producir y comercializar frutas y hortalizas. http://www.asohofrocol.com.co/</p>	<p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Focalización regional para el desarrollo de las cadenas productivas. B. Modernización de los sistemas y canales de comercialización. C. Apertura de mercados. D. Desarrollo y modernización productiva y tecnológica. E. Desarrollo de los sistemas de calidad. F. Desarrollo del talento humano. G. Desarrollo social en zonas productoras. H. Desarrollo sostenible y gestión ambiental. I. Institucionalidad para el fortalecimiento de la competitividad. J. Diversificación de la oferta de productos.
	<p>Asociación Nacional de Empresario de Colombia (ANDI) Es una agrupación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y promocionar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.</p>	<p>A. Cámaras sectoriales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Algodón, fibras, textil, confecciones. - Armadores. - Asomineros. - Grandes usuarios de servicios logísticos. - Induarroz. - Industria de alimentos balanceados. - Industria cosmética y de aseo. - Industria de alimentos. - Industria de sabores y fragancias. - Industria farmacéutica.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
	<p>Asociación Nacional de Empresario de Colombia (ANDI) Es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Industria pesquera. - Pro-cultivos. - Sectorial del cuero. - Industria pulpa papel y cartón. <p>B. Proyectos especiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ANDI del Futuro. - Fundación ANDI. - Fundación MAMONAL. - Responsabilidad Integral. - Confitería y Chocolatería.
Gremios	<p>Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) Entidad gremial sin ánimo de lucro, de carácter privado, que busca contribuir a la transformación productiva de las mipymes, promoviendo, ante el gobierno nacional y local, normas que contribuyan a su mejoramiento y desarrollo. http://acopi.org.co/</p>	<p>Seccionales y servicios:</p> <p>A. Antioquia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa de Desarrollo Sectorial Empresarial (PRODES) - Asesorías y consultas empresariales. - Gestión para empresas de familia. - Registro de marcas y patentes. - Entrenamiento empresarial. - Medición de gestión empresarial. <p>B. Atlántico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoría jurídica. - Acompañamiento legal en el proceso de formación y legalización de empresa. - Estructuración de proyectos. - Asesoría en el uso eficiente de energía. - Asesoría en sistemas de gestión, asistencia técnica en gestión ambiental y Producción Más Limpia (PML). - Manejo y disposición final de residuos peligrosos. - Gestión contable y financiera. - Mejoramiento empresarial. - Certificación por competencias laborales. <p>C. Bolívar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fomento de la asociatividad. - Asesorías, consultorías empresariales y asistencia técnica. - Programas de formación y capacitación. - Gestión de la calidad. - Gestión para empresas de familia. <p>D. Caldas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación a los afiliados partiendo de sus necesidades, tanto para sus directivos como para sus equipos de trabajo. <p>E. Cauca:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fomenta espacios de capacitación en diferentes niveles para la inducción o profundización en diversos temas, dando respuesta a un diagnóstico de necesidades detectadas. <p>F. Norte de Santander:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representatividad gremial ante entidades públicas y privadas para la búsqueda de beneficios para los micro, pequeños y medianos empresarios afiliados al gremio. - Acceso a información especializada. - Creación y permanente actualización de un sistema de comunicación interna y externa, con el fin de generar redes de negociación que potencien la cadena de valor proveedores-clientes. - Organización del Programa de Desarrollo Sectorial Empresarial (PRODES). - Promoción de mipymes en participación de eventos. - Estructuración, presentación y ejecución de proyectos de inversión (cofinanciados). <p>G. Regional Centro Occidente, Risaralda, Quindío, Norte del Valle y Chocó:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa de Apoyo al Desarrollo Empresarial de Pereira. - Eje exporta (Proexport): Promueve el aprovechamiento de los tratados de libre comercio, para fortalecer la diversificación de productos y mercados, estimular la innovación y profundizar los destinos actuales de las exportaciones de las empresas del Triángulo del Café. <p>Otras seccionales: Barranca, Bogotá, Nariño, Santander, Tolima y Valle.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
	<p>Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) Su objetivo es defender y representar los intereses del comercio organizado ante a las diferentes instancias gubernamentales. Brinda permanentemente apoyo a los comerciantes, al desarrollo de los servicios y a las actividades que impulsan y respaldan la labor comercial. http://www.fenalco.com.co</p>	<p>Programa PAE (Programa de Apoyo al Empresario para su Desarrollo Social y Empresarial): Es un programa que desarrolla estrategias y acciones que permiten la formación especializada y la actualización de habilidades gerenciales, conocimientos y herramientas para fortalecer su actividad, con el ánimo de ser competitivos en el corto, mediano y largo plazo.</p> <p>Valor agregado para vinculados PAE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representación gremial para microempresarios según sus necesidades (Comités Sectoriales). • Apoyo jurídico y normatividad de temas de impacto masivo. • Alianzas y sinergias estratégicas. • Monitoreo económico de cifras disponibles del sector. • Articulación intersectorial. <p>Otros servicios según PAE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión del conocimiento empresarial con experiencia en temas como: Pilares, Proyecto de vida, Formalización y Manipulación de alimentos. • Eventos y ferias especializados con aliados estratégicos. • Convenios de cooperación interinstitucional en beneficio del sector. • Servicios tecnológicos: Fenalsistemas, REDCO y Procrédito. • Convocatorias especializadas. <p>http://convenios.fenalco.com.co/PAE/programa-pae</p>
Centro Nacional de Producción Más Limpia Fortalece la oferta técnica de servicios, promueve el desarrollo empresarial sostenible y genera casos demostrativos que le permitan a las empresas comprobar los beneficios ambientales y económicos de la incorporación de una política ambiental que fortalezca su competitividad en el sector privado y público en temas de sostenibilidad. http://www.cnpml.org/	<p>Líneas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción y consumo sostenibles. - Gestión de residuos. - Mecanismos financieros. - Eficiencia energética y energías renovables. - Análisis de ciclo de vida. - Gestión de sustancias químicas. - Gerencia de sostenibilidad. 	<p>Servicios:</p> <p>A. Capacitación y Entrenamiento: A través de actividades académicas como talleres, cursos y seminarios, además de formación práctica e intercambio de expertos.</p> <p>B. Asistencia Técnica y Legal de Proyectos: Desde el diagnóstico y la formulación hasta la implementación conjunta de proyectos ambientales.</p> <p>C. Asesoría y Gestión Financiera: En la elaboración y presentación de proyectos de inversión ambiental, que busquen fuentes de financiación a nivel nacional e internacional que los apoyen técnica y económica.</p> <p>D. Promoción de la Transferencia de Tecnologías Ambientales.</p>
Corporación Ambiental Empresarial (CAEM) Filial de la Cámara de Comercio de Bogotá. Promueve la gestión ambiental empresarial eficiente y replicable, con el fin de incrementar la productividad y la creación de valor compartido. http://www.caem.org.co/	<p>Convenios y programas relacionados:</p> <p>A. Convenio 141 MADS-CAEM: Desarrollar los Programas Regionales de Negocios Verdes y las metodologías para operar las Ventanillas de Negocios Verdes que coadyuven a la conservación de los recursos renovables y no renovables y de la biodiversidad.</p> <p>B. Hojas Verdes: Venta de Bonos de Condolencia y Abonos de Vida que representan la siembra y el mantenimiento de árboles (espacios nativos) para la recuperación de zonas deterioradas.</p> <p>C. Ventanilla Ambiental de la CAR y otros programas regionales: Intervención en el sector industrial, agrícola y minero para el fomento de PML.</p> <p>D. Programa OPEN: Promoción de Oportunidades de Mercado para Energías Limpias y Eficiencia Energética.</p> <p>E. Bolsa de Residuos - BORSI: Fomenta el intercambio de residuos y subproductos industriales, mediante transacciones por reciclaje entre demandantes y ofertantes.</p> <p>F. Bogotá Recicla: Implementación de sistemas de reciclaje en el sector privado, público y residencial.</p> <p>G. Acerar Industria Fase VI y Acerar Unificado: Apoyo a la implementación de la gestión ambiental preventiva y PML.</p>	

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
<p>Modelo Empresarial de Gestión Agrícola y Agroindustrial (MEGA) Es la estrategia de desarrollo económico de la Cámara de Comercio de Bogotá para apoyar al sector agrícola y agroindustrial a través de un portafolio especializado de servicios. http://www.megagroindustrial.org.co/contenido/categoría.aspx?catID=578</p>	<p>Servicios: El MEGA cuenta con un portafolio de servicios de información, capacitación, asesoría y contacto para los tres eslabones de la cadena agroindustrial de la región –producción, transformación y mercados–. Además, presta servicios especializados de apoyo a empresarios que desarrollen actividades con los siguientes productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hortalizas y tubérculos: papa, lechuga, espinaca, tomate, zanahoria. • Frutas: mora, lulo, fresa, gulupa, tomate de árbol. • Lácteos y derivados. • Flores exóticas y follajes. • Agroindustria (alimentos procesados). <p>En el MEGA se combina la asesoría especializada con el trabajo en equipo y la formación continua. Los servicios están fundamentados en cuatro ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión Productiva: Promueve proyectos integrales de producción, en la cadena agroindustrial, orientándolos a los mercados internacionales. • Programas de certificación de buenas prácticas de producción agrícola y agroindustrial, como Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) y Ecológica, entre otras, para que sus productos cumplan con los requisitos de calidad exigidos por los mercados nacionales e internacionales. • Soluciones tecnológicas de innovación y etiquetado en temas de mejoramiento productivo agrícola y agroindustrial. • Oportunidades de intercambio de información técnica, encuentros, misiones tecnológicas y jornadas académicas, para estar siempre al día. <p>A. Información sectorial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boletín Informativo MEGA: Información sectorial, noticias y alertas de mercado, precios detallistas, comercio exterior, cronograma de actividades MEGA. • Estudios de mercados, canales y tendencias: El MEGA estudia y publica estudios que fortalecen la información sectorial y que permiten que los empresarios del sector agrícola y agroindustrial estén actualizados y tomen decisiones acertadas en el día a día de sus negocios. • Fichas técnicas de productos: El MEGA produce información sobre producción, manejo de cultivo, tratamientos pos cosecha y mercado nacional e internacional de los productos priorizados (lulo, mora, fresa, gulupa, tomate de árbol, lechuga, espinaca, zanahoria, tomate, frijol, papa, flores tropicales y follajes, lácteos y derivados y alimentos procesados). • Cartillas de contenidos técnicos sectoriales en BPA, BPM y HACCP. <p>B. Formación especializada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foros especializados en innovación de alimentos y técnicas productivas de los productos agrícolas y agroindustriales. • Talleres especializados seleccionados de acuerdo con las necesidades de grupos de empresarios para su fortalecimiento. • Cursos virtuales en diferentes temáticas como tendencias, logística de alimentos e innovación de productos agroindustriales, entre otros. • Giras empresariales: Un grupo de empresarios MEGA de Bogotá-Región visita a empresas o asociaciones de empresarios exitosas con el fin de conocer las mejores prácticas que les permitan ser más competitivos. <p>C. Todo el portafolio de servicios MEGA se puede agrupar en planes de trabajo para el Programa de Desarrollo de Proveedores, herramienta que fortalece y desarrolla relaciones comerciales de largo plazo entre empresas transformadoras, supermercados y comercializadoras internacionales, que compran como materia prima frutas, hortalizas, tubérculos, lácteos y derivados o alimentos procesados para incrementar la competitividad a través del impulso de cadenas de valor más eficientes, productivas e innovadoras.</p> <p>D. Asesoría y acompañamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conformación de grupos empresariales: Con el fin de que los pequeños y medianos empresarios logren ser más competitivos y consoliden volúmenes que les permitan acceder a mejores canales de comercialización, el MEGA plantea rutas de trabajo para la conformación y fortalecimiento integral de asociaciones de empresarios. • Mejoramiento de procesos agrícolas. • Certificación e implementación de normas de calidad del sector, como BPA, BPM, HACCP y Ecológica, entre otras. • Imagen corporativa agrícola y agroindustrial, con el fin de contribuir a estrategias claras de posicionamiento de los productos agrícolas y agroindustriales. • Adecuación de etiquetado agroindustrial para el cumplimiento de las normatividades legales y el posicionamiento de los productos agrícolas y agroindustriales. • Asesoría técnica y especializada con la que se busca aumentar la productividad, en términos de rendimiento y/o disminución de pérdidas, de los cultivos de los productos priorizados por el MEGA. • Asesorías empresariales, financieras y jurídicas para tener un fortalecimiento integral de las empresas del sector agrícola y agroindustrial. 	

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) Fue creado en 1967, con el apoyo del gobierno colombiano y las fundaciones Rockefeller, Ford y Kellogg, y dio inicio a sus labores de investigación en 1969. Busca la reducción del hambre y la pobreza y mejorar la salud humana en los trópicos mediante una investigación que aumente la eco-eficiencia de la agricultura. http://ciat.cgiar.org/es/nosotros/	<p>El CIAT busca el mejoramiento de dos cultivos alimenticios de primera necesidad, la Yuca y el frijol, al igual que de los forrajes tropicales para la ganadería. En América Latina y el Caribe también lleva a cabo investigación sobre el arroz. Dentro de varios grupos de alimentos y de una amplia franja de la biodiversidad agrícola mundial, estos cultivos son de vital importancia para la seguridad alimentaria y nutricional del planeta.</p> <p>Además, lleva a cabo investigaciones en otras dos áreas, suelos y análisis de políticas, que son transversales a todos los cultivos tropicales y nichos de producción.</p>	<p>Áreas de Investigación:</p> <p>A. Agrobiodiversidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos genéticos. - Forrajes tropicales. - Yuca. - Frijol. <p>B. Suelos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paisajes. - Agroecosistemas. - Agronomía. - Instituciones. <p>C. Análisis de políticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vinculación de agricultores a mercados. - Evaluación de impacto y estudios estratégicos. - Fortalecimiento de capacidades. - Cambio climático. - Servicios ecosistémicos. - Análisis de género.
Conservación Internacional (CI) El objetivo general de esta ONG es el fortalecimiento del desarrollo institucional de iniciativas ambientales no gubernamentales, apoyar sus actividades y servir de punto de contacto internacional para canalizar los esfuerzos en beneficio del logro de los objetivos conservacionistas del país. http://www.conservation.org.co/	<p>Programas y líneas de acción:</p> <p>A. Amazonía: Busca la promoción y participación activa de las comunidades locales, indígenas y no indígenas, y las autoridades locales y regionales, en la identificación y el análisis de las problemáticas ambientales, y la búsqueda conjunta de soluciones y mecanismos para la implementación de las mismas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investigación. - Bienestar humano y conservación. - Centro Ambiental La Pedrera. - Biodiversidad y comunidades. - Estación Biológica. <p>B. Biodiversidad: Las especies siempre han sido el eje central del trabajo de CI y están integradas en todos los proyectos de la organización. CI busca demostrar los enlaces entre las especies y el bienestar humano y capitalizar estos enlaces en la construcción de economías verdes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento y conservación. - Publicación y difusión. - Conservación y manejo. <p>C. Paisajes marinos: Busca crear nuevas áreas de manejo y conservación, en sitios prioritarios, para especies y ecosistemas estratégicos, ofreciendo alternativas económicas a las comunidades locales, con el fin de consolidar armónicamente la integración entre el adecuado uso de los recursos marino-costeros y el bienestar humano. Un ejemplo es el Paisaje Marino del Pacífico Este Tropical (ETPS), constituido por las costas, áreas marinas e islas del océano Pacífico de Costa Rica, Panamá, Colombia y Ecuador.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Áreas Marinas Protegidas y Áreas de Manejo Especial. - Política y legislación marina. - Conservación para el Desarrollo. - Por Nuestros Mares. <p>D. Caracterización y evaluación de servicios ecosistémicos: Su objetivo es promover el conocimiento de los servicios ecosistémicos en el país, los cuales tienen una relación directa con el bienestar humano. También busca que estos servicios sean reconocidos en las economías nacionales y que su valor sea considerado para las políticas de desarrollo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valoración económica. - Evaluación hídrica. <p>E. Fortalecimiento del ordenamiento territorial: Construcción de dinámicas para alcanzar metas sociales y políticas de desarrollo. Se trata del ordenamiento de cuencas hidrográficas y crear una jerarquía máxima del manejo y ordenamiento del país.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valoración de los servicios naturales y el bienestar humano. - Sistemas de Información Geográfica y Sensores Remotos. - Componente Redes de Conservación. - Componente Caracterización Biológica. 	<p>Subdirecciones</p> <p>A. Dirección Ejecutiva: Provee la consecución de fondos económicos para la operación de la Fundación y de los proyectos. Igualmente, vela por la correcta aplicación de los fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes de la Fundación y por la calidad conceptual y técnica de los proyectos que se adelanten y/o que se presenten a los donantes.</p> <p>Proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de Género. - Fortalecimiento Institucional para la Conservación y el Desarrollo Sostenible, COLCIENCIAS. - Proyecto MOORE - IDEAM. - Sembremos Cundinamarca.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Conservación Internacional (CI) El objetivo general de esta ONG es el fortalecimiento del desarrollo institucional de iniciativas ambientales no gubernamentales, apoyar sus actividades y servir de punto de contacto internacional para canalizar los esfuerzos en beneficio del logro de los objetivos conservacionistas del país. http://www.conservation.org.co/	<p>Subdirecciones</p> <p>A. Dirección Ejecutiva: Provee la consecución de fondos económicos para la operación de la Fundación y de los proyectos. Igualmente, vela por la correcta aplicación de los fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes de la Fundación y por la calidad conceptual y técnica de los proyectos que se adelantan y/o que se presenten a los donantes.</p> <p>B. Gerencia de Sostenibilidad: Brinda servicios de acompañamiento y consultoría a empresas e instituciones públicas y privadas que deseen incluir la sostenibilidad en sus estrategias y procesos y trabajar dentro del marco de la responsabilidad empresarial.</p> <p>C. Subdirección de Conservación e Investigación: Articula múltiples disciplinas de las ciencias naturales y sociales, para incidir directamente en la conservación, el uso y el manejo de la biodiversidad y el desarrollo sostenible en Colombia.</p> <p>D. Subdirección de Desarrollo Local e Institucional: Promueve el uso sostenible de la biodiversidad del país para la generación de oportunidades de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.</p> <p>E. Subdirección de Sistemas Productivos Sostenibles: Promueve el desarrollo de sistemas productivos agrícolas y pecuarios sostenibles a partir del aprovechamiento y manejo de la biodiversidad.</p>	<p>Proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de Género. - Fortalecimiento Institucional para la Conservación y el Desarrollo Sostenible, COLCIENCIAS. - Proyecto MOORE - IDEAM. - Sembremos Cundinamarca. <p>Productos y servicios de la Gerencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyo y asesoría en el proceso de creación y operación de Procesos de Gestión Ambiental (Decreto 1299 de 2008). - Formulación y apoyo en la ejecución de planes de desarrollo y planes de sostenibilidad estratégica. - Promoción en el cumplimiento de políticas de responsabilidad empresarial. - Acompañamiento en la medición y optimización ambiental de procesos. - Medición de huella de carbono, acompañada de acciones de mitigación y programas de compensación a través del Banco CarbonoCero. - Desarrollo de proyectos con potencial para participar en los mercados voluntarios de carbono. - Implementación de medidas establecidas en los Planes de Manejo de los Proyectos de Desarrollo y realización de su interventoría. - Asesoría, capacitación y sensibilización en criterios ambientales adaptados al contexto organizacional. <ul style="list-style-type: none"> - Áreas protegidas. - Bosques. - Restauración. - Monitoreo. <ul style="list-style-type: none"> - Programa de Educación Ambiental – Proyecto Hidroeléctrico Sogamoso, ISAGEN. - Fortalecimiento del Consejo Comunitario El Cedro. - Mecanismos de Mitigación Voluntaria de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) para Colombia. - Evaluación del sistema de licencias ambientales en Colombia. - Seguimiento a la financiación internacional para REDD en Colombia. - Estufas eficientes de leña en Antioquia y Santander. - Apropiación social de conocimientos sobre el clima y sus cambios en la costa del Pacífico. <ul style="list-style-type: none"> - Café: Fortalecimiento de procesos socio-económicos, asociativos, de desarrollo humano, conservación de la biodiversidad y arraigo territorial de 160 familias cafeteras víctimas del desplazamiento, en el municipio de Santa Rosa Sur de Bolívar, como estrategia de mejoramiento de las condiciones de desarrollo y el restablecimiento colectivo de sus derechos. - Proyecto Net Zero Deforestation Zones (NZDZ): Creación de zonas demostrativas de deforestación neta cero y mitigación del cambio climático a partir de la reconversión productiva y la implementación de buenas prácticas de producción sostenible en sistemas ganaderos y agroforestales, como cacao y caucho, en los municipio de Florencia, Paujil y Doncello.
WWF - Fundación para la vida silvestre - Programa Colombia Localmente: Hace énfasis en procesos de conservación y fortalecimiento de capacidades en paisajes prioritarios específicos.	<p>Programas:</p> <p>Gobernanza y medios de vida sostenibles: Articula un conjunto de estrategias y herramientas conceptuales, técnicas y metodológicas que se comparten, promueven y diseminan con actores clave, comunitarios e institucionales, para el fortalecimiento de una gobernanza efectiva, que garantice el mantenimiento de la integridad ecológica de los bosques, ecosistemas de agua dulce y ecosistemas marinos y estilos de vida sostenibles.</p>	<p>A. Campañas y líneas estratégicas: Generación y fortalecimiento de un nivel de cultura ciudadana con criterios de equidad, para la participación y la incidencia efectiva en las decisiones que les afectan.</p> <p>B. Fortalecimiento de los procesos organizativos locales para la gestión colectiva efectiva.</p> <p>C. Fortalecimiento del diálogo y relaciones entre actores clave para el manejo de los conflictos ambientales y territoriales que se presentan en los niveles comunidad-comunidad y comunidad-Estado, los que se traducen en acuerdos vinculantes.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
WWF - Fundación para la vida silvestre - Programa Colombia Localmente: Hace énfasis en procesos de conservación y fortalecimiento de capacidades en paisajes prioritarios específicos. Ecorregionalmente: La tendencia es influir en políticas públicas, legislación, prácticas sectoriales y la construcción de alianzas regionales y nacionales. Internacionalmente: Busca disminuir y detener los impactos de las amenazas globales y las causas subyacentes de pérdida de la biodiversidad, como las tendencias de mercado y el cambio climático. http://www.wwf.org.co/	<p>Programas: Gobernanza y medios de vida sostenibles: Articula un conjunto de estrategias y herramientas conceptuales, técnicas y metodológicas que se comparten, promueven y diseminan con actores clave, comunitarios e institucionales, para el fortalecimiento de una gobernanza efectiva, que garantice el mantenimiento de la integridad ecológica de los bosques, ecosistemas de agua dulce y ecosistemas marinos y estilos de vida sostenibles.</p> <p>Campañas: En conjunto con los sectores Público, Privado y Social, se han creado 4 campañas a favor del medio ambiente</p> <p>Políticas públicas y corporativas: Promueve el desarrollo de políticas, legislación y prácticas del sector público y corporativo, por medio de alianzas con instituciones públicas y privadas.</p> <p>Programas regionales: Acciones de conservación centradas en tres complejos incluidos en el Global 200, el listado de las ecorregiones prioritarias elaborada por WWF.</p>	<p>D. Promoción de estrategias y herramientas, conceptuales, técnicas, culturales y metodológicas, para el ordenamiento del territorio y el manejo sostenible de los recursos naturales. E. Desarrollo de estrategias para la generación de beneficios que fomenten medios de vida viable y sostenible a partir del manejo adecuado de los recursos</p> <p>A. <i>SoyEcolombiano:</i> Promueve conciencia ambiental, a través de una campaña con un concepto nacional unificado y visible para los diferentes sectores de la sociedad. B. <i>Bibo:</i> Busca generar conciencia sobre la importancia de los servicios ecosistémicos de los bosques y hace un llamado a la sociedad para que tome acciones en torno su conservación. C. <i>La Hora del Planeta:</i> Campaña global que tiene siete años en el mundo y seis en Colombia, que ha unido personas en más de 7.000 ciudades y 152 países, para apagar las luces y desconectar aparatos electrónicos que no sean indispensables, durante una hora. D. <i>Elija Madera Legal:</i> Promueve la compra responsable de productos forestales como herramienta para combatir la ilegalidad en el comercio de la madera, dirigiendo el mercado hacia esquemas de certificación como sello de calidad, buen manejo y prácticas sostenibles.</p> <p>A. Fortalecimiento de capacidades locales para la participación y la gobernanza. B. Generación de herramientas técnicas e información sólida de soporte en relación con ecosistemas naturales. C. Gestión integrada del recurso hídrico. D. Apoyo a procesos de discusión nacional y regional en torno a negociaciones internacionales en temas ambientales. E. Apoyo al desarrollo de la estrategia nacional de Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación (REDD+).</p> <p>A. Chocó-Darién. B. Amazonas. C. Andes del Norte. D. Orinoco.</p>
The Nature Conservancy (TNC) Organización no gubernamental mundial que tiene como objetivo la conservación de la biodiversidad; trabaja en más de 32 países de América, Asia, África y Oceanía. http://espanol.tnc.org/	<p>Programas regionales: Amazonía.</p> <p>Costas y Mares.</p> <p>Llanos Orientales.</p> <p>Andes.</p>	<p>Líneas estratégicas:</p> <p>A. Trabajo con comunidades indígenas. B. Monitoreo de la deforestación. C. Fortalecimiento de áreas protegidas.</p> <p>Construcción de la primera evaluación ecorregional de las áreas marinas colombianas y determinación de las prioridades de conservación en la plataforma continental del Caribe y Pacífico colombianos. Este estudio se constituye en la base para la toma de decisiones marinas del país.</p> <p>A. Planificación para el desarrollo sostenible. B. Ganadería responsable. C. Palma en los Llanos.</p> <p>A. Realización de un análisis de amenazas, oportunidades y lugares que deben ser conservados para asegurar la diversidad de los Andes colombianos. B. Implementación de exención del impuesto predial a pequeños propietarios privados, reconversión ganadera (municipio de Encino). C. Canje de deuda por naturaleza: Firmado por TNC, WWF, CI y los gobiernos de Colombia y Estados Unidos, permite que parte de la deuda colombiana pueda ser redirigida a financiar proyectos de conservación en varias áreas protegidas en el país. D. Implementación de herramientas financieras para la conservación de cuencas hídricas en la zona de amortiguación del Parque Nacional Chingaza y las áreas montañosas del oriente del Valle del Cauca.</p>

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Fondo Acción Organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, enfocada a construir una mejor relación entre la comunidad y el ambiente y a apoyar procesos de desarrollo de la infancia, mediante la financiación de proyectos ambientales y de proyectos de niñez, concebidos y ejecutados por organizaciones de la sociedad civil. http://www.fondoaccion.org/	Programas Conserva Colombia. Aceleradora de Bionegocios. Harmos.	Líneas de acción: Cofinanciación de procesos necesarios para la declaratoria de nuevas áreas protegidas locales públicas y para el registro de predios privados como Reservas Naturales de la Sociedad Civil en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Servicio especializado que apoya y acompaña a micro y pequeñas empresas comunitarias oferentes de bienes y servicios en los mercados verdes. A través de este programa, el Fondo Acción invierte en líderes y grupos locales que orientan en Colombia procesos ligados a la primera infancia y al uso sostenible de los recursos naturales.
Tropenbos Internacional (TBI) Trabaja en conjunto con instituciones académicas, legisladores y comunidades –indígenas, afro-descendientes y colonos– para llevar a cabo programas de investigación que reflejen las perspectivas locales y apoyar el reconocimiento, fortalecimiento y protección de los conocimientos tradicionales relacionados con la conservación y el uso racional de los bosques tropicales. http://www.tropenbos.org/	Proyectos: A. Formación en gestión ambiental y cadenas de producción sostenibles. B. Generación de alternativas productivas y de conservación en la comunidad de Tumaradó, en el área de influencia de Parque Nacional Natural Los Katíos. C. Gestión de recursos naturales en territorios indígenas amazónicos. D. El clima está cambiando y usted también puede hacerlo: el conocimiento tradicional para la adaptación al cambio climático. E. Incentivos, compensación y/o pago por servicios ambientales en territorios colectivos de los pueblos indígenas y comunidades afro-descendientes. F. Fortalecimiento de la gobernabilidad, la conservación y la gestión sostenible de los recursos naturales de la cuenca tri-nacional del río Putumayo. G. Impacto del cambio climático en los medios de vida indígenas. H. Co-gestión de los recursos forestales en áreas protegidas superpuestas. I. La biodiversidad y el comercio para mejorar los medios de vida locales. J. La ordenación territorial de los territorios indígenas.	
Fundación GAIA Amazonas Promueve procesos de gobernanza ambiental en el noroeste Amazónico, fundamentados en la salvaguarda de las culturas indígenas y de la biodiversidad. Busca desarrollar el ejercicio efectivo de los derechos de los pueblos indígenas, valorar su conocimiento tradicional, consolidar espacios de coordinación entre sus autoridades y las del Gobierno, promover la sostenibilidad ambiental y económica de la región y contribuir a la adaptación al cambio climático. http://gaiaamazonas.org/?lang=es	Principios metodológicos: - Brinda a las comunidades indígenas asesoría y capacitación en aspectos occidentales. - Promueve y acompaña la investigación comunitaria dirigida por los chamanes. - Facilita el intercambio de experiencias entre las comunidades como estrategia de capacitación. - Genera espacios de interlocución entre las autoridades indígenas y el Estado. - Asesora a las entidades gubernamentales para la efectiva aplicación de la legislación indígena. - Promueve una producción legislativa y jurisprudencial que responda a los contextos y propuestas locales. - Propicia el intercambio de experiencias entre comunidades ubicadas en las zonas fronterizas con sus vecinos en Brasil y Venezuela.	Líneas de acción: A. Gobierno Indígena. B. Manejo territorial. C. Educación intercultural. D. Coordinación transfronteriza. E. Fortalecimiento interinstitucional.

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Fundación OMACHA Organización no gubernamental, de carácter ambiental, sin ánimo de lucro, creada con el fin de estudiar, investigar y conservar la fauna y los ecosistemas acuáticos y terrestres en Colombia. http://omacha.org/	<ul style="list-style-type: none"> - Proyectos bio-ecológicos. - Proyectos sociales y propuestas productivas. - Educación ambiental y conservación. - Áreas protegidas. 	Proyectos: <ul style="list-style-type: none"> A. Caracterizaciones de fauna. B. Observadores de fauna marina. C. Tortuga de los humedales llaneros - Atsapani. D. Protección de la biodiversidad del Caribe. E. Monitoreo de mamíferos del río Tilava. F. Evaluación de felinos de La Lindosa. G. Gestión binacional de humedales, seguridad alimentaria y conservación. H. Plan integral de vida ISIMALI. I. Guía de identificación de la fauna marina. J. Soy Salvafauna. K. Conservación y manejo de los armadillos. L. Plan de manejo y conservación de los esteros El Salero y Los Patos. M. Distrito de Manejo Integrado Córdoba. N. Reserva Natural Bojonwi.
Federación de Orgánicos de Colombia (FEDEORGANICOS)	<ul style="list-style-type: none"> • Cadena de Producción Agropecuaria Ecológica - Cadena de Producción de Aromáticas • Ecorgánicos de Colombia S.A.S. - C.I. • Tecales América S.A.S. • Asocompost - Grupo Monteverde • Asociación de Consumidores • Asonei • C.G.I Consultores - Red Colombia Verde • Corporación Colombia Internacional C.C.I. • Certificadora Biotrópico S.A. • Caminos Reales - Asociación Huertos Verdes 	
Federación de Orgánicos de Colombia (FEDEORGANICOS) Organización nacional de carácter gremial y de derecho privado, sin ánimo de lucro, no asimilable a institución de utilidad común, sometida a las Leyes de la República de Colombia e integrada por los productores, transformadores, comercializadores nacionales, distribuidores, certificadoras, proveedores de bioinsumos, exportadores y entes que tengan que ver con productos biológicos, orgánicos y ecológicos dentro del territorio nacional. http://fedeorganicos.com/	<ul style="list-style-type: none"> • Serviagro San Isidro • Econexos - IFOAM América Latina - A.C.O.C. • Corporación Red • Red de Mercados Campesinos Agroecológicos del valle • Ingenio Providencia S.A. • Alimentos Gica - Alianza Bioandina • Greencol S.A.S - Finca Villa Angélica • Corporación Ambiental CorpoAndes • Biogarden • ECOCERT Colombia Ltda. • Natural Control Ltda. • Mycros Internacional S.A.S. • Bioplaza S.A.S. • Green Bizz Consulting • Sociedad Agro-ambientalistas 	

Actores	Dirección/Oficina/Programa	Articulación con Negocios verdes
Patrimonio Natural. Fondo para la Biodiversidad y Áreas Protegidas La fundación tiene como objeto la búsqueda, consecución, gestión, administración, canalización y asignación de recursos financieros, dirigidos a diversos tipos de áreas protegidas y estrategias de ordenamiento ambiental del territorio, para la conservación, uso y manejo sostenible de la biodiversidad, así como el apoyo al fortalecimiento de la capacidad institucional del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Colombia (SINAP) y de sus diferentes actores públicos y privados. http://www.patrimonionatural.org.co/	<p>Diseño de mecanismos de Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incentivos y pagos por servicios ambientales. - Compensaciones sectoriales. - Mecanismos financieros. - Estrategias e instrumentos económicos y financieros. 	<p>Financiadores:</p> <p>A. Multilaterales: Global Environment Facility, The World Bank, Comunidad Andina de Naciones, Unesco, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.</p> <p>B. Bilaterales: Agencia Española de Cooperación Internacional, Embajada Real de los Países Bajos, Unión Europea, USAID - Colombia, Principado de Mónaco, Fondo Francés para el Medio Ambiente.</p> <p>C. ONG internacionales: WWF, Fundación Gordon and Betty Moore, TNC, Conservación Internacional, Fondo Brasilero para la Biodiversidad, Red de Fondos Ambientales para América Latina RedLAC</p> <p>D. Organizaciones privadas internacionales: Metsähallitus Natural Heritage Services, Cooperative Housing Foundation, Sweco International AB, Creative Associates International Inc.</p> <p>E. Organizaciones nacionales: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Instituto de Planificación y Promoción de Soluciones Energéticas para las Zonas No Interconectadas (IPSE), Corporación para el Desarrollo Sostenible del Archipiélago de San Andrés y Providencia - Coralina, Gobernación de Arauca, Gobernación del Meta, Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, Agencia Nacional de Hidrocarburos, Alcaldía Puerto Rico, Ministerio de Cultura, Corporación Autónoma Regional de la Guajira, Corporación Autónoma Regional del Guavio, Universidad Mariana, Corporación Autónoma Regional de Antioquia, Gobernación de Antioquia, Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá, Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare.</p> <p>F. Empresa privada: Ecopetrol, Fundación EPSA, Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá, EMGESÁ, Fundación Bavaria, Empresa de Transformación Agraria, ISAGEN.</p>
Inversionistas de Impacto	Son las inversiones que pretenden generar impacto positivo más allá del retorno financiero" e incluyen los siguientes componentes: (i) Provisión de capital. (ii) La estrategia de negocio de la compañía en la que se invierte debe incluir explícitamente el impacto social o ambiental positivo y debe tenerse en cuenta para medir el grado de éxito de la inversión. (iii) Retorno financiero que cubra al menos el valor nominal del capital inicial.	<ul style="list-style-type: none"> • Bamboo Finance, http://www.bamboofinance.com/ • Acumen Fund, http://acumen.org/ • LGT Venture Philanthropy, http://www.lgtvp.com/ • Fondo Acceso, http://www.fondoacceso.com/ • Fondo Inversor, http://inversor.org.co/

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES



MINAMBIENTE

