**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Negocios verdes |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 3 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Marco de referencia de Negocios verdes |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Los Negocios verdes son las actividades económicas que responden a la visión del desarrollo sostenible en las regiones. En Colombia, estos son considerados como una nueva forma de realizar negocios, teniendo en cuenta las expectativas de los clientes potenciales y el impacto que estos bienes y servicios generen en el medio ambiente.  Colombia se caracteriza por tener un alto potencial de promover y desarrollar estos modelos de negocios, aprovechando sus características físicas, ambientales y culturales, en especial su riqueza en recursos renovables y su biodiversidad.  Estudiar el marco de referencia de los Negocios Verdes le permitirá al aprendiz desarrollar ideas de productos y servicios verdes, su proceso de producción, promoción y distribución. Al igual que identificará la normativa vigente, los incentivos tributaros y económicos que adquieren en el momento de desarrollar algún negocio sostenible y los sellos ambientales existentes a nivel nacional e internacional. |
| PALABRAS CLAVE | Negocios Verdes, PNNV, Producción limpia, PRNV, Sellos Ambientales. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 220201082. Categorización de negocios sostenibles | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 220201082 - 01. Clasificar Negocios verdes de acuerdo con parámetros de calidad y marco de referencia. |

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

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

1. **Negocios verdes**
   1. Política de producción y consumo sostenible
      1. Principios
      2. Objetivos
      3. Sectores estratégicos
      4. Estrategias y líneas de acción
   2. Plan Nacional de Negocios Verdes(PNNV)
   3. Clasificación de los Negocios verdes
   4. Criterios para identificación de Negocios verdes
2. **Programas Regionales de Negocios Verdes(PRNV)**
   1. Programa Regional de Negocios Verdes - Región Pacífica
   2. Programa Regional de Negocios Verdes - Región Caribe
   3. Programa Regional de Negocios Verdes - Región Amazonía
   4. Programa Regional de Negocios Verdes - Región Orinoquía
   5. Programa Regional de Negocios Verdes - Región Central
3. **Herramientas para la promoción de Negocios Verdes en Colombia** 
   1. Instrumentos económicos y tributarios
      1. Instrumentos económicos
      2. Instrumentos tributarios
   2. Ferias para promocionar Negocios verdes
   3. Ecodiseño
   4. Nodo de negocios verdes
   5. Sello ambiental
4. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

Colombia se caracteriza por ser un país que cuenta con una gran variedad de recursos naturales, los cuales se han convertido en la base de la economía, desarrollo social y cultural de la nación y a su vez, en el patrimonio que se pretende heredar a presentes y futuras generaciones.

El desarrollo económico de nuestro país se basa en el aprovechamiento de estos recursos; realizando actividades económicas que se centran en la producción de petróleo y carbón, la extracción de piedras preciosas, la producción agrícola y ganadera. Del mismo modo, las fuentes hídricas, las selvas, paisajes, la flora y la fauna, es decir, la biodiversidad colombiana.

No obstante, las principales actividades económicas se realizan basadas en el uso, en ocasiones exagerado y desmedido de los mismos, sin crear estrategias en las cuales se puedan subsanar los daños causados al medio ambiente para el desarrollo en otros aspectos.

En consecuencia, Colombia y las demás economías mundiales, han enfocados sus esfuerzos por implementar modelos de crecimiento económico innovadores y diferentes a los actuales, en donde el desarrollo económico no sea sinónimo de deterioro ambiental y en el cual resalten los procesos de producción eficientes, la reducción del consumo y daños ocasionados a los recursos naturales y desarrollo de bienes y servicios de alta calidad, novedosos y, sobre todo, con mayor conciencia ambiental.

Adicionalmente, se requiere de un cambio de paradigma de una producción lineal, hacia una producción circular, que tome en cuenta el enfoque de ciclo de vida del producto, en el que se apliquen criterios ambientales, económicos y sociales a lo largo del proceso productivo. En conclusión, para el sector productivo, este cambio de paradigma consiste en incorporar conceptos y tecnologías que impulsen prácticas más sostenibles, introducir innovaciones en los procesos y sistemas de producción o extracción de recursos para producir bienes y servicios más limpios, invertir en biotecnología y bioprospección para desarrollar productos a partir de la biodiversidad colombiana y aplicar esquemas de negocios inclusivos que promuevan la distribución justa y equitativa de los beneficios a través del fortalecimiento de las cadenas de valor (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)

1. **Negocios verdes**

Para iniciar, es necesario identificar y comprender el significado de los siguientes términos que se han establecido a nivel mundial en el marco de los negocios verdes:

* **Desarrollo sostenible:** principio organizador que busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos disponibles de las generaciones futuras.
* **Economía verde:** el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) la define como un sistema de actividades económicas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, que resulta en mejoras del bienestar humano en el largo plazo, sin, al mismo tiempo, exponer a las generaciones futuras a riesgos ambientales y escasez ecológicas significativas.
* **Crecimiento verde:** Hace referencia al fomento del crecimiento y desarrollo económico, garantizando la continuidad de los recursos y servicios ambientales, de los cuales depende nuestro bienestar.

Después de entender cada uno de los términos mencionados previamente. Se logra definir los Negocios verdes como todas aquellas actividades económicas que permiten un crecimiento económico para las regiones de manera paralela a la protección del medio ambiente. Es decir, es el desarrollo de bienes y servicios que cuentan con características novedosas y suplen las necesidades, gustos y preferencias de los clientes sin generar daños en el medio ambiente.

A nivel internacional, se han desarrollado convenios y tratados entre países de diferentes partes del mundo, los cuales han definido compromisos que permiten la protección y recuperación del medio ambiente, y Colombia, por participar en cada uno de ellos, también se ha comprometido a desarrollar planes de acción y planes de mejora ambiental en los cuales contemplen cada uno de los compromisos adquiridos y la responsabilidad social de cada ciudadano.

En consecuencia, Colombia, por ser miembro de la Organización de la Naciones Unidas, quienes a su vez plantearon su agenda mundial de desarrollo y los objetivos de desarrollo sostenibles, ha venido incorporando políticas, estrategias, planes, herramientas e instrumentos donde asume el compromiso con el crecimiento, consumo y producción verde, entre los que se destacan: la Política de Producción y Consumo Sostenible y el Plan Nacional de Negocios Verdes(PNNV).

* 1. **Política de Producción y Consumo Sostenible**

Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva. Su objetivo es cambiar los patrones de producción (oferta) y consumo (demanda) de los colombianos, reduciendo la contaminación, conservando los recursos naturales y fomentando el uso sostenible de la biodiversidad, como fuentes de competitividad empresarial (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014).

Para facilitar su comprensión y aplicación, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS) ha establecido los siguientes principios generales, los cuales deben ser aceptados y respetados, tanto por las empresas como por los consumidores.

* + 1. **Principios**

El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (2010) define los siguientes principios:

* **Ética:** como principio universal, va dirigida a todos los seres humanos, se aplica pública y generalizadamente, y abarca la conservación del ambiente, la salud pública y el bienestar de la sociedad.
* **Cumplimiento de las normas**: las normas ambientales son de orden público y su aplicación no podrá ser objeto de transacción o de renuncia por parte de las autoridades o los particulares. Por ende, los diferentes actores involucrados en el desarrollo de las acciones relacionadas con esta política asumen y se comprometen con su propia legitimidad.
* **Transparencia**: la comunicación de información de avances y desarrollos relacionados con esta política debe ser veraz y verificable por las partes interesadas en ella.
* **Participación:** la participación y el trabajo en red de los diferentes actores privados, públicos y de la sociedad civil, son la base para la generación de una cultura de producción y consumo sostenible para cumplir el alcance de esta política.
* **Colaboración y trabajo conjunto**: esta política articula los esfuerzos desarrollados por los diversos actores de la sociedad colombiana hacia una producción y consumo sostenible. La colaboración, trabajo conjunto e inclusión hacia objetivos comunes, constituye un factor de éxito para alcanzar las metas planeadas.

Asimismo, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial contempla los objetivos de esta política, los sectores en los cuales se aplica y las estrategias que se llevarán a cabo para lograr el ideal de esta, una producción y consumo sostenibles.

* + 1. **Objetivos**
* Objetivo general:

Orientar el cambio de 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. Es decir, desarrollar productos y servicios sostenibles para ser ofertados, y a su vez, lograr que el consumidor tome conciencia de las adquisiciones que hace y su aporte al desarrollo y conservación del medio ambiente.

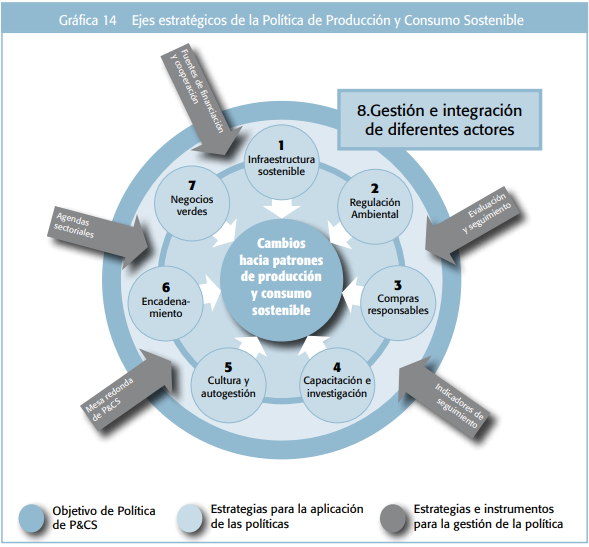
* Objetivos específicos:
  + Crear una cultura de producción y consumo sostenible entre instituciones públicas, empresas y consumidores.
  + Generar una masa crítica de empresas que posicionen las buenas prácticas, así como los bienes y servicios sostenibles, en el mercado nacional e internacional.
  + Fortalecer el marco institucional que impulsa la producción y el consumo sostenible dentro del territorio nacional.

* + 1. **Sectores estratégicos**

Es importante resaltar que, aunque la política no es excluyente, porque se aplica a todos los sectores que ofertan bienes y servicios, existen algunos sectores de la economía con mayor alcance en cuanto a su contribución a la sostenibilidad y en los cuales enfatiza la política, tales como:

* Sector público (obras de infraestructura, vivienda social, tecnologías, transporte público, generación de energía), sector con perspectivas de incidir en avances de sostenibilidad de obras y proyectos de gran impacto y con potencial de que sea considerado como ejemplo en las prácticas de producción y consumo sostenible
* Sector de la construcción, con perspectivas de incidir, a través de su diseño, en el consumo de energía y agua y en el manejo de residuos en el sector doméstico y de utilizar materiales sostenibles y estimular a los proveedores hacia procesos de producción más sostenibles, todo esto en proyectos de gran escala y crecimiento.
* Sector manufacturero (envases y empaques, alimentos, productos químicos, metalurgia), con perspectivas de optimizar en sus procesos productivos el uso eficiente de energía, agua y materias primas, y con potencial para la reducción y el aprovechamiento de los residuos y de reducir su huella de carbono.
* Sector agroindustrial, sector en crecimiento, especialmente en relación con los biocombustibles, con alto potencial de exportación; sector intensivo en el uso de recursos y con alto potencial de optimización.
* Sector turismo, este es un sector estratégico dentro de las políticas de competitividad nacional. Con potencial para hacer uso eficiente de energía, agua y manejo adecuado de residuos, con el fin de ser ejemplo por el uso racional de los recursos.
* Sector de alimentos ecológicos, con potencial de crecimiento hacia la exportación y de considerarse como ejemplo para prácticas de producción y consumo sostenible.
* Sector de productos y servicios provenientes de la biodiversidad, con potencial de crecimiento hacia la exportación y considerado como ejemplo para prácticas de producción, consumo y aprovechamiento sostenible.
* Pymes proveedoras de grandes empresas, con potencial de difusión de prácticas entre grupos de empresas, de generación y conservación de empleo, y para implementar prácticas de producción y consumo sostenible.
  + 1. **Estrategias y líneas de acción**

Las estrategias y líneas de acción enmarcan a cada uno de los actores involucrados en alcanzar el objetivo principal de la Política de Producción y Consumo Sostenible, cambiar los patrones de producción y consumo hacia la sostenibilidad, la cual se desarrolla en torno a ocho (8) **ejes estratégicos** interconectados, los cuales se observan en la siguiente figura y de los cuales los primeros siete (7) ejes orientan la aplicación de la política hacia sus resultados concretos y el octavo eje estratégico, orienta las acciones instrumentales para la gestión de la misma.

[](https://www.icesi.edu.co/blogs/pycs/files/2011/09/Pol%C3%ADtica-de-PyCS-FINAL.pdf)

Fuente: (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2010)

De acuerdo con el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (2010), “a través de sus instrumentos, la estrategia de gestión articula las demás estrategias de aplicación y facilita sus desarrollos”.

1. **Diseño de proyectos sostenibles de infraestructura y movilidad**: la estrategia se fundamenta en la realización de proyectos a gran escala que generen impactos positivos sobre los indicadores de la calidad ambiental y el desarrollo sostenible, y que sean propuestos bajo la instauración de políticas de Estado. Por ejemplo: proyectos de generación de energía, sistema de transporte público, mejoramiento de la calidad de los combustibles o un plan de desarrollo vial nacional con criterios de sostenibilidad.
2. **Fortalecimiento de la regulación**: mediante la realización de esta estrategia se busca fortalecer el marco regulatorio ambiental y su aplicación, el cual se ajustará de acuerdo con las tendencias ambientales de los mercados globalizados.
3. **Compras sostenibles de bienes y servicios**: su principal objetivo es repercutir en las decisiones de compra de los productores y consumidores de bienes y servicios, con el fin de lograr que estos actores incluyan criterios de calidad ambiental dentro su decisión de compra y así, innovar en productos y servicios más sostenibles.
4. **Fortalecimiento de capacidades e investigación**: mediante esta estrategia se busca fortalecer y ampliar la capacitación y la investigación en prácticas, tecnologías y negocios sostenibles, como elementos básicos para avanzar en la innovación y la difusión de patrones de producción y consumo sostenibles.
5. **Generación de cultura de autogestión y autorregulación**: busca promover una cultura de autogestión y autorregulación mediante la generación y divulgación de información pública en producción y consumo sostenible para la participación ciudadana. Dicha cultura contribuye al cambio permanente y el mejoramiento continuo hacia una producción y un consumo sostenible.
6. **Encadenamiento de actores hacia la producción y consumo sostenible**: pretende optimizar el uso de recursos e insumos, el aprovechamiento de residuos, la difusión de buenas prácticas, tecnologías más limpias y, la comercialización de productos sostenibles, a través del encadenamiento de empresas y actores.
7. **Emprendimiento de negocios verdes**: su principal objetivo es promover el emprendimiento de Negocios verdes (productos o servicios con calidades ambientales o aprovechamiento sostenible de la biodiversidad) y el fortalecimiento de los ya existentes.
8. **Gestión e integración de diferentes actores involucrados en programas y proyectos de producción y consumo sostenible**: el objetivo de esta estrategia de gestión de la política es asegurar la difusión, aplicación, seguimiento, evaluación y ajuste de los objetivos, estrategias y acciones instrumentales. Este eje para la gestión de la política, facilita la articulación entre las demás estrategias hacia el objetivo común de la Política de Producción y Consumo Sostenible.
   1. **Plan Nacional de Negocios Verdes(PNNV)**

Para el análisis del Plan Nacional de Negocios Verdes(PNNV) es importante señalar los antecedentes políticos, problemáticas y limitaciones identificadas a nivel nacional para el posicionamiento de los negocios verdes:

**Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes (PENMV) - Periodo 2002 - 2012**

El PENMV fue el instrumento de planificación política que orientó la implementación de los Negocios Verdes en Colombia. Este programa fue construido y dirigido por el Ministerio de Medio Ambiente, que actualmente se denomina, Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS) contando con la participación de diferentes entidades del Sistema Nacional Ambiental (SINA), otras entidades públicas y el sector privado.

Este programa se planteó para un periodo de diez años (2002 – 2012) con el objetivo de 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, además de lograr objetivos específicos como :

* 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.

Adicional a lo anterior, se definieron las siguientes categorías de los mercados verdes:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Uso y aprovechamiento sostenible  de los recursos naturales | Eco - productos | Servicios  ambientales | Mecanismo  de desarrollo limpio |
| - Productos naturales no maderables.  - Productos naturales maderables.  - Agricultura ecológica.  - Fauna.  - Biotecnología. | - Aprovechamiento de residuos y reciclaje.  - Productos manufacturados menos contaminantes.  - Energías limpias.  - Minería sostenible.  - Tecnologías mitigación. | - Ecoturismo.  - Educación ambiental.  - Consultorías ambientales.  - Infraestructura para el tratamiento de vertimientos y emisiones.  - Gestión integral de residuos sólidos. | - Reducción y captura de gases efecto invernadero (GEI) |

Fuente: Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes (2002).

* **Política de Producción Más Limpia (PML)**

La PML fue una estrategia diseñada por el Estado colombiano para promover y enlazar el mejoramiento ambiental y la transformación productiva a la competitividad empresarial. 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 principal es 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 estos.

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 (PP&CS), 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 gestión.

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 calidad (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014).

* **Problemáticas y limitaciones para el desarrollo de negocios verdes**

Las problemáticas y limitaciones presentadas en el país para el desarrollo de los Negocios verdes se han estudiado y ordenado en tres categorías principales: oferta, demanda e instituciones de soporte del mercado.

* La oferta hace referencia a los productores de bienes y servicios e incluye a los distribuidores y negociadores. Para su análisis se dividieron en dos categorías:

* **Categoría: sistema de negocio.** esta categoría va desde la consecución de las materias primas hasta la comercialización del producto final, procesos en los cuales se detectaron las siguientes limitaciones en términos generales:

|  |  |
| --- | --- |
| Limitaciones en la oferta  Categoría: sistema de negocio | |
| Materias primas | * 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, debido a que las vías de acceso son escasas y los costos de transacción incrementan el valor del producto final. |
| Producción | * Existe un volumen de producción insuficiente para suplir la demanda del mercado. La producción es mínima y no se cuenta con redes de productores consolidadas que cubran dicha demanda. * 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 | * Falta mayor organización logística en las zonas de producción (centros de acopio, almacenaje, transporte, distribución). |
| Producto/Servicio  (Transformación)  Comercialización | * 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 los productos verdes no incluye características ambientales. * Muy pocos tienen en cuenta la trazabilidad del producto. |
| Comercialización | * 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). * Existen 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: (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)

* **Categoría: actividades de soporte**. En esta categoría se encuentran las alianzas entre productores, acceso a recursos financieros, capacidades empresariales, entre otras. Igualmente, en términos generales se detectaron las siguientes limitaciones:

|  |  |
| --- | --- |
| Limitaciones en la oferta  Categoría: actividades de soporte | |
| Accesos a recursos financieros | * 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 como garantías sobre terrenos que son colectivos: negritudes, indígenas; tasas de crédito de libre inversión. |
| Capacidades empresariales | * Falta fortalecer las capacidades de gestión, formulación de proyectos, desarrollo empresarial, producción, investigación, tecnologías e innovación orientados a los negocios verdes. * El nivel de habilidades y formación técnica/profesional de los actores (producción primaria principalmente) debe fortalecerse. |
| Organización, alianzas y articulación | * Predominio de la cultura de corto plazo. * El nivel de asociatividad y articulación entre los productores de Negocios verdes es mínimo (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 | * 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: (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)

* La demanda considera la cantidad máxima de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir a un determinado precio. En el análisis se identificaron las siguientes limitaciones:

|  |  |
| --- | --- |
| Limitaciones en la demanda | |
| Consumidores | * Desconocimiento de qué son los negocios verdes, sus características diferenciadoras, sus beneficios para el ambiente, la salud y la sociedad. * Escases en las campañas de sensibilización, concientización y posicionamiento del tema en los consumidores. * 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. * Falta más impulso al cambio cultural del consumidor colombiano. * El mercado local para estos productos es bastante incipiente, comparativamente con países desarrollados. |

Fuente: (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)

* Limitantes en las instituciones soporte del mercado: hace referencia a las limitaciones relacionadas con:

|  |  |
| --- | --- |
| Limitaciones en las instituciones | |
| Marco normativo | * A pesar de contar con un amplio marco normativo en temas ambientales, no se cuenta con la capacidad instalada para su seguimiento y cumplimiento. * Colombia tiene una legislación de carácter proteccionista en el acceso a recursos genéticos de la biodiversidad. (Fuente: Los Negocios verdes en Colombia, BID, 2013). A su vez, sus trámites excesivos desincentivan a las empresas e investigadores a invertir en biotecnología. * Aprovechamiento Biodiversidad. Sus protocolos no están reglamentados y hay vacíos en los permisos solicitados. Resultan ser muy costosos para los pequeños productores de Negocios verdes. * Competencia ilegal. Poca efectividad en el control y tráfico ilegal de especies nativas |
| Capacidades empresariales | * Se desconoce el impacto de los proyectos de Negocios verdes al ambiente y a la economía. * Falta promoción y difusión de productos y servicios verdes que incentiven la oferta y la demanda. * Falta divulgación y promoción de las políticas, normatividad e instrumentos de Negocios verdes en las instituciones y en la sociedad. |
| Finanzas e incentivos económicos | * Desconocimiento de los Negocios verdes en el sector financiero, por lo cual, existen pocas líneas de financiación. * Pocos incentivos financieros y tributarios diferenciales por parte de los bancos de primer piso en cuanto a tasas preferenciales y periodos de gracia a las empresas con mejores desempeños ambientales. |
| Cooperación | * Falta 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. |
| 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. * Al PENMV y al PNBS les faltó articularse con otras políticas públicas y sectores productivos relacionados con el tema de negocios verdes. |
| Organización | * Falta capacitar al recurso humano en investigación, gestión de proyectos, acompañamiento en la formulación de proyectos, buenas prácticas de sostenibilidad, temas empresariales y comercialización. * Alta rotación de personal y manejo de las CAR por contratistas * Falta mayor compromiso y definición de los roles y funciones de las instituciones involucradas o relacionadas con el tema. |
| Tecnología e innovación | * La investigación desarrollada es más de carácter científico (académico) que empresarial, hace falta su articulación a la visión de negocio verde. * El sector privado desconoce las investigaciones desarrolladas por los institutos de investigación en negocios verdes. * Hacen falta más recursos económicos para investigación en sectores de Negocios verdes y faltan más líneas de investigación básica y aplicada para el desarrollo de productos verdes. |

Fuente: (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)

* **Oportunidades para los Negocios verdes en Colombia**

Las oportunidades que posee Colombia en relación con la comercialización de negocios sostenibles se han clasificado en cuatro (4) categorías:

* **Biodiversidad:** como se mencionó anteriormente, Colombia es un país con una riqueza ambiental enorme, cuenta con una extensa biodiversidad que le ha permitido tener ventajas comparativas frente a los países de la región y encontrarse en los primeros puestos del ranking mundial de países mas biodiversos en las categorías de mamíferos, aves, reptiles, anfibios, flora y especies endémicas.
* **Tendencias mundiales de mercados verdes:** con el auge de la globalización, la tendencia de la producción se orienta hacia los mercados internacionales y con ello, la necesidad de innovar y desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes potenciales. Los sectores con mayor proyección de crecimiento en Colombia son el agrícola y forestal, razones más que suficientes para aprovechar las oportunidades que estos sectores otorgan a los productores nacionales.
* **Tratados de Libre Comercio (TLC):** 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. Actualmente, Colombia con XX TLC firmados con diferentes países y conjunto de países, tales como el TLC Colombia - Estados Unidos o MERCOSUR , que es el Acuerdo de Complementación Económica. Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay.

Estos tratados o acuerdos comerciales representan ventajas para los países participantes porque permiten una mayor cantidad de transacciones comerciales entre los países y para el caso colombiano, representan mayores oportunidades de exportación de los productos agroindustriales, textiles, flora, fauna y en cuanto al sector de servicios, el turismo, es el fuerte logrando el aprovechamiento de la extensa riqueza en biodiversidad colombiana.

* **Compras públicas sostenibles:** 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.

En consecuencia, el rubro destinado para la compra de productos y servicios sostenibles es alto y las oportunidades para productores proporcional al mismo, por Colombia contar con políticas enfocadas al desarrollo de Negocios verdes.

* 1. **Clasificación de los Negocios verdes**

Los Negocios verdes en Colombia se han clasificado y organizado en tres grupos: categorías, sectores y subsectores, cada uno de ellos con bienes y servicios con potencial a ser comercializados nacional e internacionalmente.

En la tabla se observa la clasificación por categorías de los Negocios verdes

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Categoría | Sectores | Subsectores |
| Negocios Verdes | Ecoproductos industriales | Aprovechamiento y valoración de residuos |  |
| Fuentes convencionales de energía no renovable | Energía Solar |
| Energía eólica |
| Energía geométrica |
| Energía de los mares |
| Biomasa |
| Energía de pequeños aprovechamientos hidroeléctricos |
| Construcción sostenible |  |
| Otros bienes/servicios verdes sostenibles |  |
| Mercado de carbono  (relacionado con el cambio climático) | Mercado voluntario |  |
| Mercado regulado |  |
| Bienes y servicios sostenibles provenientes de recursos naturales | Agro sistemas sostenibles | Sistema de producción ecológico, orgánico y biológico |
| Biocomercio | Recursos genéticos y productos derivados |
| Turismo de la naturaleza (Ecoturismo) |
| Productos derivados de la fauna silvestre |
| No maderables |
| Maderables |
| Negocios para la restauración |  |

Fuente: (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)

* 1. **Criterios para identificación de Negocios verdes**

Identificar los bienes y servicios de los Negocios verdes genera una cultura que se identifica con los principios ambientales, sociales y éticos, permitiendo la promoción de nuevos patrones de producción y consumo al momento de producir y consumir un bien o servicio.

Se entiende como *criterio* una categoría que agrupa atributos o características relacionadas 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 (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014).

Así mismo, permite al consumidor conocer las características y beneficios de cada uno de los productos, al igual que le permite ejercer su derecho a un consumo responsable, con pleno conocimiento de los recursos utilizados para la elaboración de este, el impacto sobre el medio ambiente y los criterios de clasificación con los cuales cumple.

A continuación se mencionan los doce criterios contemplados para los Negocios verdes en Colombia, que son implementados de forma voluntaria por las empresas que buscan un valor agregado en sus bienes y servicios, considerados como Negocios Verdes y Sostenibles (NVS):

Tenga en cuenta que no se considerarán como criterios aspectos ambientales y sociales que sean requisitos de ley, ya que se entienden como el mínimo requerido para cumplir con la legislación nacional e internacional. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014).

|  |
| --- |
| Para conocer más información sobre Negocios verdes, observe el video del MADS en el material complementario: aprendamos sobre negocios verdes y sostenibles. |

1. **Programas Regionales de Negocios Verdes (PRNV)**

Como se estudió anteriormente, el Plan Nacional de Negocios Verdes comprende una serie de requisitos, criterios y características específicas que le permiten a los bienes y servicios ser catalogados como “bienes y servicios sostenibles”, los cuales son definidos como aquellos que en su proceso de producción, manejo, transformación y comercialización, incorporan las mejores prácticas ambientales, con el fin de garantizar la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad de los recursos usados. Ahora es momento de conocer cómo se lograrán posicionar los Negocios verdes en las diferentes regiones del país y las herramientas existentes para la promoción de estos.

Para iniciar, los Programas Regionales de Negocios Verdes (PRNV*)*

se consideran el instrumento usado por el Plan Nacional de Negocios Verdes para proponer y proporcionar herramientas para la planificación y la toma de decisiones que permiten el desarrollo y el fomento de los Negocios Verdes y Sostenibles, de acuerdo con las potencialidades y ventajas competitivas regionales, generando crecimiento económico, social y promoviendo la conservación de los recursos naturales (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014).

En consecuencia, mediante el desarrollo de los PRNV se analiza cada región de Colombia, haciendo énfasis en su extensión, división política, autoridades ambientales, ventajas comparativas (características de la región que la hacen ser más atractiva para el desarrollo de bienes y servicios sostenibles) y las oportunidades o potencialidades de la región.

A continuación se realizará un breve recorrido por cada uno de los PRNV propuestos en el plan.

* 1. **Programa Regional de Negocios Verdes - Región Pacífico**
* **Extensión:** la región Pacífico tiene una extensión de 131.246 Km2, equivalente al 11,5% de la superficie total de Colombia.
* **División política:** cuatro (4) departamentos; 179 municipios, de los cuales 64 corresponden a Nariño, 42 a Cauca, 42 a Valle del Cauca y 31 a Chocó.
* **Autoridades ambientales:**
  + Corporación Autónoma Regional para el Desarrollo Sostenible del Chocó, (CODECHOCÓ).
  + Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, (CVC).
  + Corporación Autónoma Regional del Cauca, (CRC).
  + Corporación Autónoma Regional de Nariño, (CORPONARIÑO).
* **Ventajas comparativas:**
  + La alta presencia de grupos étnicos en la región representa un patrimonio social y cultural invaluable.
  + Este patrimonio (conocimientos ancestrales, costumbres, etc.) y el atractivo ecoturístico de estos territorios de gran belleza natural.
* **Potencialidades:** sector agrosistemas sostenibles (72%, equivalente a 9 proyectos), seguido por ecosistemas (ecoturismo) (14%, equivalente a 3 proyectos) y negocios para la restauración y bienes o servicios verdes y sostenibles (15%; 1 proyecto cada uno).

|  |
| --- |
| Para profundizar en este programa regional consulte en el material complementario el: “Programa Regional de Negocios Verdes” Región Pacífico. |

* 1. **Programa Regional de Negocios Verdes – Región Caribe**
* **Extensión:** la región Caribe tiene una extensión de 153.896 Km2, 13,5% de la superficie total de Colombia**.**
* **División política:** 9 departamentos, 234 municipios: 23 municipios en Atlántico, 45 Bolívar, 25 a Cesar, 28 a Córdoba, 15 a La Guajira, 30 a Magdalena, 40 a Norte de Santander, 2 a San Andrés y 26 a Sucre.

* **Autoridades ambientales:** 
  + Corporación para el Desarrollo Sostenible del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina (CORALINA)
  + Corporación Autónoma Regional del Magdalena (CORPAMAG)
  + Corporación Autónoma Regional del Cesar (CORPOCESAR)
  + Corporación Autónoma Regional de la Guajira (CORPOGUAJIRA)
  + Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (CARDIQUE)
  + Corporación Autónoma Regional de la Frontera Nororiental (CORPONOR)
  + Corporación Autónoma Regional del Atlántico (CRA)
* **Ventajas comparativas:** la región Caribe ocupa el segundo lugar a nivel nacional en aves y el cuarto en mamíferos y plantas. El total de especies representa el 9.7% en el comparativo nacional.
* **Potencialidades:** el PRNV región Caribe hace un análisis de las agendas territoriales de competitividad relacionadas con los Negocios Verdes, identificando 17 apuestas productivas: 9 en Agrosistemas Sostenibles: productos maderables y no maderables, material de naturaleza biológica que contempla información genética, negocios de conservación, energías no convencionales, aprovechamiento y valoración de residuos, 8 en Ecosistemas (Ecoturismo).

|  |
| --- |
| Para profundizar en este programa regional, consulte en el material complementario el: “Programa Regional de Negocios Verdes” Región Caribe. |

* 1. **Programa Regional de Negocios Verdes – Región Amazonía**
* **Extensión:** 403.348 Km2 equivalente al 35,3% de la superficie total de Colombia.
* **División política:** 4 departamentos, 39 municipios: de los cuales 16 municipios pertenecen al Caquetá, 13 al Putumayo, 4 al Guaviare, 3 al Vaupés, 2 a Amazonía y 1 al Guainía.
* **Autoridades ambientales:** 
  + Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonía (CORPOAMAZONÍA)
  + Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y Oriente Amazónico (CDA).
* **Ventajas Comparativas:** 
  + En la Región Amazonía se destaca la presencia de grupos étnicos, con predominio de los indígenas en los departamentos de Vaupés (66,6%) y Guainía (64,9%).
  + Su diversidad y riqueza natural propicia la prestación de servicios de ecoturismo, generación de productos nativos y sistemas agropecuarios sostenibles, mejorando las condiciones económicas y de calidad de vida de la población.
* **Potencialidades:** 
  + Agrosistemas sostenibles
  + Especies maderables
  + Ecosistemas (Ecoturismo)
  + Mercado de Carbono
  + No maderables

|  |
| --- |
| Para profundizar en este programa regional consulte en el material complementario el: “Programa Regional de Negocios Verdes” Región Amazonía. |

* 1. **Programa Regional de Negocios Verdes – Región Orinoquía**
* **Extensión:** 254.335 Km2, equivalente al 22,3% de la superficie total del país.
* **División política:** 4 departamentos, 59 municipios, de los cuales 29 corresponden a Meta, 19 a Casanare, 7 a Arauca y 4 a Vichada.
* **Autoridades ambientales:** 
  + La Corporación para el Desarrollo Sostenible del Área de Manejo Especial de La Macarena (CORMACARENA)
  + La Corporación Autónoma Regional de la Orinoquía CORPORINOQUÍA).
* **Ventajas Comparativas:** 
  + Se destaca la presencia de grupos étnicos, con predominio de los indígenas (44,4%) en el departamento de Vichada.
  + Los parques naturales en la región representan el 12,5% del total nacional de áreas protegidas del país. Representa una gran oportunidad para la promoción y posicionamiento del ecoturismo en la región.
* **Potencialidades:** 
  + La mayor parte de las actividades económicas de la región relacionadas con Negocios verdes se enmarcan en agrosistemas sostenibles, ecoturismo, energías renovables y negocios para la restauración.

|  |
| --- |
| Para profundizar en este Programa regional consulte en el material complementario el “Programa Regional de Negocios Verdes” Región Orinoquía. |

* 1. **Programa Regional de Negocios Verdes – Región Central**
* **Extensión:** la región central tiene una extensión de 198.873 km2, equivale al 17.4% de la superficie total de Colombia.
* **División política:** 9 departamentos, hacen parte de la región 589 municipios, de los cuales 125 corresponden a Antioquia, 123 a Boyacá, 27 a Caldas, 117 a Cundinamarca, 37 a Huila, 12 a Quindío, 14 a Risaralda, 87 a Santander y 47 al departamento del Tolima.
* **Autoridades ambientales:** 
  + Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR)
  + Corporación Autónoma Regional del Guavio (CORPOGUAVIO)
  + Corporación Autónoma Regional de Boyacá (CORPOBOYACÁ)
  + Corporación Autónoma Regional de Chivor (CORPOCHIVOR)
  + Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS)
  + Corporación Autónoma Regional del Tolima (COROLINA)
  + Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena (CAM)
  + Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ)
  + Corporación Autónoma Regional de Risaralda (CARDER)
  + Corporación Autónoma Regional de Caldas (CORPOCALDAS)
  + Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá (CORPOURABÁ)
  + Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia (CORANTIOQUIA)
  + Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare (CORNARE).
* **Ventajas Comparativas:** 
  + La biodiversidad de la región central ocupa el primer lugar en anfibios, reptiles, plantas, mamíferos y aves, y el segundo lugar en peces de agua dulce.
  + El total de especies en la región representa el 29,4% del comparativo nacional.
  + La región central, cuenta con un total de 20 Parques Nacionales, lo que representa el 35,71% del total nacional.
* **Potencialidades:** el PRNV región central, hace un análisis de las agendas territoriales de competitividad, identificando apuestas regionales de Negocios verdes. Los proyectos identificados se encuentran dentro de la categoría *Bienes y servicios sostenibles*, provenientes de los recursos naturales, principalmente en el sector Agrosistemas sostenibles, con 14 proyectos, seguido por Ecoturismo con 8 proyectos.

|  |
| --- |
| Para profundizar en este Programa regional consulte en el material complementario el “Programa Regional de Negocios Verdes” Región Central. |

1. **Herramientas para la promoción de Negocios verdes en Colombia**

Anteriormente se han estudiado los criterios para tener en cuenta cuando se desea validar si un bien o servicio cumple con cada uno de los requisitos para ser catalogados como Negocios verdes y como negocios sostenibles. Del mismo modo, se han identificado las regiones, sus potencialidades y características. Por ende, es momento de identificar cuáles son los procesos a seguir para lograr innovar y desarrollar bienes y servicios que no solo proporcionen beneficios económicos particulares, sino que también permitan el cuidado y conservación del medio ambiente.

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 describe 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.

* 1. **Instrumentos económicos y tributarios**
     1. **Instrumentos económicos**

Su objetivo principal es cambiar el comportamiento de los agentes regulados para alcanzar objetivos ambientales.

Estos son:

* Eco-etiquetado.
* Mecanismo de desarrollo limpio.
* Certificado de Incentivo Forestal de Reforestación.
* Certificado de Incentivo Forestal de Conservación.
* Pago por servicios ambientales.
  + 1. **Instrumentos tributarios**

Estos mecanismos se encargan de brindar beneficios tributarios a las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades que generen impacto positivo ambiental. Entre estos se encuentran:

* Deducciones en el impuesto de IVA.
* Deducciones en el pago de impuesto de renta.
* Exención del Impuesto Predial por Conservación.
  1. **Ferias para promocionar los Negocios verdes**

En segundo lugar, encontramos las ferias, estas son eventos de carácter económico, cultural y social, que permiten la exhibición temporal o fija de productos y servicios, las cuales sirven como plataforma para promocionar los Negocios verdes en Colombia.

Dentro de las más importantes se destacan:

* Bioexpo
* Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA)
* Expoartesanías
* Feria de las Colonias
* Alimentec
  1. **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 ECODISEÑO, estandariza la gestión ambiental del proceso de desarrollo de cualquier producto o servicio que quiera diseñarse a partir de esta metodología. (European Quality Assurance ISO 14006, 2012)

Las fases del Ecodiseño, a partir de la norma mencionada anteriormente, 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.

* 1. **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.

* 1. **Sello ambiental**

En esta herramienta nos detendremos un momento para analizar los diferentes aspectos relevantes de su implementación en los Negocios verdes. 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.

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 Colombianas (NTC) para los productos que se mencionan a continuación:

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

Fuente: (Dirección de Asuntos Ambientales , 2013)

Finalmente, se mencionan algunos sellos ambientales a nivel mundial:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Green Seal (Estados Unidos) - 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. |
| Imagen que contiene Icono  Descripción generada automáticamente | Environmental Choice (Canadá) - Certifica productos y servicios que ahorran energía, que utilizan material reciclado o que puedan reutilizarse. |
| Logotipo  Descripción generada automáticamente | Eco-Mark (Japón) - 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 pastuso (residuos), contribución a la conservación del medio ambiente. |
| Patrón de fondo, Icono  Descripción generada automáticamente | Agricultura Ecológica (Unión Europea) - 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. |

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (OPCIONALES SI SON SUGERIDAS)**

|  |  |
| --- | --- |
| **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA** | |
| **Nombre de la actividad** | N/A |
| **Objetivo de la actividad** | N/A |
| **Tipo de actividad sugerida** |  |
| **Archivo de la actividad**  **(Anexo donde se describe la actividad propuesta)** | N/A |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

Relacionar el material de apoyo o complementario de los temas abordados en este recurso.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, articulo, otro) | Enlace del recurso o  archivo del documento o material |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2015). *Aprendamos sobre negocios verdes y sostenibles.* | Video | <https://youtu.be/rfD-UKuod18> |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014).  *Plan Nacional de Negocios Verdes* | Documento PDF | Carpeta material complementario |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). *Programa Nacional de Biocomercio Sostenible*  *(2014-2024)* | Documento PDF | Carpeta material complementario |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). “*Programa Regional de Negocios Verdes” Región Pacifico* | Documento PDF | Carpeta material complementario |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). “*Programa Regional de Negocios Verdes” Región Caribe* | Documento PDF | Carpeta material complementario |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). “*Programa Regional de Negocios Verdes” Región Amazona* | Documento PDF | Carpeta material complementario |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). “*Programa Regional de Negocios Verdes” Región Orinoquia* | Documento PDF | Carpeta material complementario |
| Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). “*Programa Regional de Negocios Verdes” Región Central* | Documento PDF | Carpeta material complementario |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| **TÉRMINO** | **SIGNIFICADO** |
| **Banca de segundo piso** | Instituciones financieras dirigidas por el gobierno para desarrollar algunos sectores de la economía, atender y solucionar problemas de financiamiento regional y fomentar actividades específicas. En Colombia existen tres Finagro, Bancóldex y Findeter. |
| **Biocomercio** | Conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento o comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. |
| **Demanda** | Cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por los consumidores. |
| **Desarrollo limpio:** | El Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) es un mecanismo cooperativo, establecido bajo el protocolo de Kyoto, el cual tiene el potencial de ayudar a los países en desarrollo a alcanzar un desarrollo sostenible mediante la promoción de inversiones ambientalmente amigables por parte de gobiernos o empresas de los países industrializados. |
| **Eco-etiquetado:** | Son distintivos otorgados por la administración o por otra organización que garantizan el cumplimiento de unos criterios ambientales por parte de un producto. |
| **Ecoproducto:** | Aquel producto en el cual, en todas las etapas de su vida, desde el diseño hasta el fin de su vida útil, se han tenido en cuenta los impactos que la materia prima, las fuentes de energía usadas, los procesos involucrados y los usos finales, tienen o pueden tener en el medio ambiente y en la salud de las personas. |
| **Ecoturismo** | Es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. |
| **Impuesto de renta** | Impuesto que grava la utilidad de las personas, ​ empresas, u otras entidades legales. |
| **Impuesto predial** | Son los impuestos que se tiene que pagar por las viviendas que tiene cada individuo. |
| **Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA)** | Es un impuesto indirecto que grava el consumo doméstico final de productos y servicios producidos tanto en el territorio nacional como en el exterior. |
| **Maderables** | Son aquellos productos que provienen del cuerpo de las plantas leñosas, es decir, que tienen un cuerpo elaborado con madera. |
| **Mercado 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. |
| **Negocios para la restauración** | Es el desarrollo de procesos de restauración de ecosistemas naturales degradados, a partir de la producción, provisión o transacción de material vegetal, biorremediación, entre otros. |
| **No maderables** | Son aquellos productos que provienen de otras partes de los bosques que no provienen de la tala. Por ejemplo: semillas, hojas, hongos, fibras, frutos o inclusive, la miel de abeja. |
| **Oferta** | Cantidad de bienes y servicios que están dispuestos para la venta. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

European Quality Assurance ISO 14006. (2012). *Gestión Ambiental de Proceso de Diseño y Desarrollo de Ecodiseño.* Obtenido de <http://www.eqa.org/productos/>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2015) *Aprendamos sobre negocios verdes y sostenibles* [*https://youtu.be/rfD-UKuod18*](https://youtu.be/rfD-UKuod18)

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). *Módulo 1: ¿Qué son los negocios verdes e inclusivos?*

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). *Plan Nacional de Negocios Verdes.* Bogotá D.C.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). *Programa Nacional de Biocomercio Sostenible (2014-2024).* <https://www.minambiente.gov.co/index.php/negocios-verdes-y-sostenibles/negocios-verdes/que-son-los-negocios-verdeshttps://www.minambiente.gov.co/index.php/negocios-verdes-y-sostenibles/negocios-verdes/que-son-los-negocios-verdes>

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2010). *Política Nacional de Producción y Consumo.* Bogotá D.C. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. <https://www.icesi.edu.co/blogs/pycs/files/2011/09/Pol%C3%ADtica-de-PyCS-FINAL.pdf>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| Autor (es) | Kateryn Valderrama Varón | Experto temático | Centro de Comercio y servicios Regional Tolima | Noviembre 2020 |
| José Gregorio Ramírez | Experto temático | Centro de Comercio y servicios Regional Tolima | Noviembre 2020 |
| Vilma Lucía Perilla Méndez | Diseñador Instruccional | Centro de Gestión Industrial Regional Bogotá | Noviembre 2020 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Asesor pedagógico | Centro Industrial del Diseño y la Manufactura – Regional Santander | Noviembre 2020 |
| Adriana Lozano Zapata | Correctora de estilo | Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.  Regional Distrito Capital | Noviembre 2020 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad temática)

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