GUÍA DE:
GESTIÓN EMPRESARIAL

NEGOCIOS VERDES

Un programa de:

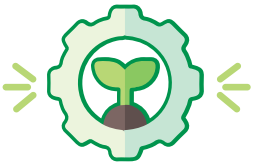
El ambiente es de todos | Minambiente

UNIÓN EUROPEA

Operado por:

creame Incubadora de Empresas

01. Introducción a la guía de gestión empresarial



El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y la Unión Europea en marco del Programa Generación de Negocios Verdes han desarrollado una serie de estrategias con el fin de fortalecer a las Ventanillas de Negocios Verdes de las Autoridades Ambientales a nivel nacional y a sus empresarios, para que con ello obtengan herramientas que contribuyan a la sostenibilidad de cada unidad productiva y de que cada día sean más los Negocios Verdes que generen desarrollo en cada una de sus regiones.

El Programa Generación de Negocios Verdes se enfoca en tres grandes áreas

AMBIENTAL

EMPRESARIAL

COMERCIAL

La actual guía es una herramienta de soporte teórico – práctico que será utilizada para interiorizar conceptos en los empresarios de Negocios Verdes de manera que les permita mejorar la toma de decisiones empresariales, el contenido para cumplir este propósito está basado en el desarrollo de los siguientes temas:

A. Estructuración de costos.

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable

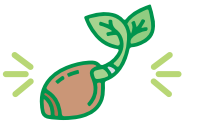
C. Indicadores de productividad

D. Cadena de valor Interna

E. Implementación de acciones de los planes de marketing territorial

02. ¿CUAL ES EL OBJETIVO?

Que el empresario tenga herramientas empresariales para organizar y controlar su empresa.



¡COMENCEMOS!

Para tomar decisiones administrativas, de operación y financieras para la empresa, el empresario, en un período de tiempo determinado, deberá conocer como mínimo su estructura de costos, el balance general, el estado de resultados e información financiera y contable. A continuación, se relacionan los principales aspectos en estos temas con el propósito de servir de iniciación en los conceptos o de repaso para empresarios de Negocios Verdes que se encuentren en diferentes etapas de desarrollo empresarial.

Un programa de: El ambiente es de todos Minambiente | UNIÓN EUROPEA | Operado por: creame Incubadora de Empresas

A. Estructuración de costos.

Definiciones

Costos:

Se refiere a lo pagado por personal, materiales e insumos para la elaboración de un producto o servicio, aquellos costos relacionados directamente a la elaboración de productos o servicios son llamados costos de producción. **Tipos de costos:**

Costos Fijos:

Son los que deben pagarse en un período de tiempo fijo (arriendo mensual, alquiler de vehículos, entre otros) y se paga así no esté la empresa en producción

Costos Variables:

Aquellos que dependen del volumen de producción (ejemplo: empaques)

Gastos:

Son los recursos económicos destinados a pagar actividades de administración y ventas

Gastos de administración:

Son aquellos que se requieren para la operación administrativa de la empresa (ejemplo: personal administrativo, asesores externos, impuestos, arrendamientos, seguros, servicios públicos, viajes y transporte)

Gastos de ventas:

Son los gastos asociados a la realización de la venta comercial (ejemplos: vendedores, comisiones de venta, viáticos de los vendedores, publicidad

A. Estructuración de costos.

EJEMPLO 1:

En una empresa de producción de mora que presenta la siguiente información:

Los datos a continuación son con el único objetivo de realizar el objeto, son valores aproximados.

Descripción de Costos fijos	Unidad de medida (mensual, quincenal, etc)	Valor pagado por unidad de medida
Arriendo una hectárea	*Mensual*	*$100.000*
Mano de obra fija	*Mensual*	*$1.200.000*
Servicios	*Mensual*	*$200.000*
Total Costos Fijos Mensuales		*$1.500.000*
Total Costos Fijos anuales		*$18.000.000*

Descripción de Costos variables	Unidad de medida (bultos, Kg, Lt)	Costo de la Unidad	Unidades utilizadas	Costo total
Preparación del suelo	*Hora*	*$100.000*	*16*	*$1.600.000*
Fertilizantes	*Kilogramo*	*$600*	*750*	*$450.000*
Control fitosanitario	*Litros*	*$33.000*	*5,5*	*$181.500*
Labores	*Jornales*	*$30.000*	*30*	*$900.000*
Total costos variables anuales				*$ 3.131.500*

COSTOS TOTALES: Costos fijos + Costos variables

Costos fijos	*$ 18.000.000*
Costos variables	*$ 3.131.500*
TOTAL COSTOS	*$ 21.131.500*

A. Estructuración de costos.

EJERCICIO 1: Definamos los costos

A continuación, con los datos de su empresa diligenciar los siguientes cuadros para conocer los costos fijos y variables.
Nota: Tener en cuenta las unidades de los costos (si son kilogramos, litros, libras o si se pagan mensual, diario, anual o por hora), con ello podrá sacar mejor un valor cada vez más acertado.

Costos: ¿Qué requiero para elaborar el producto/servicio?

Producto 1: _____

Descripción de Costos fijos	Unidad de medida (mensual, quincenal, etc)	Valor pagado por unidad de medida

Total Costos Fijos _____

Descripción de Costos variables	Unidad de medida (bultos, Kg, Lt)	Costo de la Unidad	Unidades utilizadas	Costo total

Total costos variables anuales _____

COSTOS TOTALES: Costos fijos + Costos variables

Costos fijos	
Costos variables	
TOTAL COSTOS	

Un programa de: El ambiente es de todos Minambiente
UNIÓN EUROPEA
Operado por: creame Incubadora de Empresas

A. Estructuración de costos.

Como se mencionó anteriormente, los gastos están definidos por los aspectos que necesitamos para administrar o comercializar nuestros productos o servicios, como se presenta en el siguiente ejemplo:

EJEMPLO 2:

Para la misma empresa de mora del ejemplo uno, los gastos son:

Descripción Gastos de administración y ventas	Valor mensual
Salario del gerente	*$2.000.000*
Papelería	*$100.000*
Depreciación	*$50.000*
Asistencia técnica	*$1.000.000*
Publicidad	*$100.000*
TOTAL:	*$3.250.000*

EJERCICIO 2: ¿Qué requiero para administrar el negocio y vender?

A continuación, identificar los gastos administrativos y de ventas de su empresa y colocarle el valor que paga mensualmente por cada uno de ellos.

Producto 1: _____

Descripción Gastos de administración y ventas	Valor mensual
TOTAL:	

A. Estructuración de costos.

Con la anterior información, se puede determinar el valor unitario por producto sumando tanto los costos como los gastos, de la siguiente forma:

Valor Unitario del Producto:

01.

Primer paso

Determinamos cuanto producimos al mes (o dependiendo la frecuencia de la producción, es decir si la producción es anual, determinamos ese valor)

02.

Segundo paso

Sumamos nuestros costos totales con los gastos, teniendo en cuenta que estén en la misma frecuencia que la producción (Por ejemplo, si la producción es anual, convertimos los gastos mensuales a anuales multiplicándolos por los 12 meses)

03.

Tercer paso

Dividimos el valor dado en el segundo paso por el total de la producción

Valor unitario del producto = Total (Costos totales + Gastos administración y ventas) / Unidades producidas

EJEMPLO 3:

En el ejemplo de mora, se tiene en cuenta que anualmente, una hectárea produce 10.000 kilogramos. Adicional a ello, tenemos que los costos mensuales fijos son de $1.500.000, por lo que para anualizarlos los debemos multiplicar por 12 meses:

Costos fijos mensuales:	$ 1.500.000 x 12 meses = $18.000.000
Costos variables:	$ 3.131.500
Costos totales:	$ 21.131.500
Gastos administrativos y de ventas:	$ 3.250.000

Valor unitario =	$21.131.500 + $ 3.250.000 / 10.000 Kg
Valor unitario =	$ 24.381.500/10.000 Kg
Valor unitario =	$2.438 Kg

A. Estructuración de costos.

IMPORTANTE

Encontrar este valor es clave para determinar el precio de venta, el cual surge de adicionar el porcentaje esperado de utilidad de acuerdo al respectivo análisis de precio

Con esta información es posible analizar indicadores como punto de equilibrio que nos indican el número de unidades que se deben producir para cubrir los costos

Punto de equilibrio en unidades

$$\textbf{PQE}\ (\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos } \textbf{(CF)}}{\textbf{PV - CVU}}$$

PQE:	Punto de equilibrio en unidades	**PV:**	Precio de venta
CF:	Costos Fijos	**CVU:**	Costos Variables Unitarios

EJEMPLO 4: Punto de Equilibrio

Con los datos de la empresa de mora, vamos a hallar este valor

Costos fijos =	$18.000.000
Precio de venta =	$ 4.000
Costo unitario =	$2.411 Kg
Punto de equilibrio =	$18.000.000 / $ 4.000 - $2.411 Kg
Punto de equilibrio =	11.327 Kg

Este valor nos indica que esta empresa debe producir 11.327 kg para llegar al punto de equilibrio donde sus ingresos igualen a sus costos y gastos.

EJERCICIO 3: Punto de equilibrio

Halle para su empresa el punto de equilibrio

Costos fijos =	
Precio de venta =	
Costo variable =	
Punto de equilibrio =	

El objetivo de lo explicado hasta este momento, es que pueda identificar los costos y los gastos, para poder determinar la rentabilidad real del producto. A partir de allí, identificar que acciones necesita realizar para mejorar este valor, como, por ejemplo:

01. Aumentar el volumen de ventas mediante estrategias comerciales.

02. Renegociar descuentos con proveedores de materia prima.

03. Plantear la posibilidad de encontrar un lugar para la empresa con un valor de arriendo menor.

A. Estructuración de costos.

04. Disminuir costos en papelería, cafetería, aseo, que, si bien son importantes para la administración de la empresa, no son determinantes para la producción.

05. Transformación digital de la empresa, que permitirá almacenar información de manera más practica y eficiente a un menor costo.

06. Realizar seguimiento a los trabajadores, determinando indicadores que permitan validar su productividad.

EJERCICIO 4

Defina en el siguiente espacio las estrategias para disminuir costos de acuerdo que crea pueda implementar en su empresa:

Acción para disminuir costos

B. Balance general estado de resultados, generación de información financiera y contable.

Los estados financieros dan valiosa información para la toma de decisiones administrativas y de operación de la empresa.

Balance general

Conocido también como el estado de situación financiera o estado de recursos y obligaciones, muestra la situación financiera de una empresa en un momento determinado, como si fuera la fotografía del estado actual de la empresa. El Balance da información del grado de disponibilidad de sus activos y de exigibilidad de sus pasivos

EJERCICIO 5

Por favor indique en el siguiente modelo de Balance general que información conoce y puede aplicar a su empresa.

Descripción del ítem	Lo conozco
ACTIVO CORRIENTE	
Disponible	
Inversiones	
Cajas menores	
Bancos	
Inversiones	
CDT's	
Bonos	

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable.

EJERCICIO 5

Descripción del ítem	Lo conozco
Deudores	
Clientes	
Empleados	
Anticipos de impuestos	
Inventarios	
Mercancía no fabricada por la empresa	
Diferidos	
Gastos pagados por anticipado	
Cargos diferidos	
NO CORRIENTE	
Inversiones permanentes	
Acciones	
Aportes y/o cuotas de interés social	
Deudores de largo plazo	
Accionistas	
Propiedades, planta y equipo	
Terrenos	
Construcciones y edificaciones	
Maquinaria y equipo	

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable.

EJERCICIO 5

Descripción del ítem	Lo conozco
Equipos de oficina	
Equipos de cómputo y comunicación	
Depreciación acumulada	
Intangibles	
Crédito mercantil	
Franquicias	
Amortización acumulada	
Diferidos	
Cargos diferidos	
Valorizaciones	
De inversiones	
De propiedad, planta y equipo	
TOTAL ACTIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Obligaciones financieras	
Bancos	
Proveedores	
Cuentas por pagar	
Cuentas y gastos por pagar	

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable.

EJERCICIO 5

Descripción del ítem	Lo conozco
Dividendos por pagar	
Retenciones en la fuente	
Retenciones y aportes de nómina	
Acreedores varios	
Impuestos, gravámenes y tasas	
De renta y complementarios	
Impuesto sobre las ventas por pagar	
Impuesto de industria y comercio	
Obligaciones laborales	
Cesantías consolidadas	
Intereses sobre cesantías	
Vacaciones	
Pasivos estimados y provisiones	
Para obligaciones laborales	
NO CORRIENTE	
Obligaciones financieras	
Bancos	
TOTAL PASIVO	

EJERCICIO 5

PATRIMONIO

Descripción del ítem	Lo conozco
Capital social	
Capital suscrito y pagado	
Reservas	
Obligatorias	
Estatutarias	
Revalorización del patrimonio	
Ajustes por inflación	
Resultados del ejercicio	
Utilidad del ejercicio	
Resultados de ejercicios anteriores	
Utilidades acumuladas	
Pérdidas acumuladas	
Superávit por valorizaciones	
De inversiones	
De propiedad, planta y equipo	

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable.

Mientras un Balance general enseña los activos, capital propio y el pasivo, **el Estado de resultados** da información a los inversionistas para calcular el ingreso neto de las empresas, o sea, ingresos totales menos egresos totales. A continuación, se presenta información importante del Estado de resultados.

También conocido con el nombre de Estado de pérdidas y ganancias, el Estado de resultados es un reporte financiero que permite conocer al detalle los ingresos, gastos, costos, ingresos operacionales y no operacionales, cuyo resultado es el beneficio o pérdida que da la empresa durante un período de tiempo determinado.

EJERCICIO 6

Por favor indique en el siguiente modelo de Estado de resultados que información conoce y puede aplicar a su empresa.

Descripción del ítem	Lo conozco
INGRESOS OPERACIONALES	
Ventas	
Devoluciones, rebajas y descuentos en ventas	

EJERCICIO 6

Descripción del ítem	Lo conozco

COSTO MERCANCÍA NO PRODUCIDA POR LA EMPRESA

COSTOS DE PRODUCCIÓN

- **Materiales directos**
- **Mano de obra directa**
- **Costos indirectos**

UTILIDAD BRUTA

GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN

- **De personal**
- **Honorarios**
- **Impuestos**
- **Contribuciones y afiliaciones**
- **Seguros**
- **Servicios**
- **Legales**
- **Mantenimiento y reparaciones**
- **Adecuaciones e instalaciones**
- **Depreciaciones**
- **Amortizaciones**

EJERCICIO 6

Descripción del ítem	Lo conozco
GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	
De personal	
Arrendamientos	
Servicios	
De viajes	
RESULTADO OPERACIONAL	
INGRESOS NO OPERACIONALES	
Financieros	
Extraordinarios	
Utilidad antes de impuestos	
Provisión del impuesto sobre la Renta y complementarios	
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	

El estado de resultados es muy importante a la hora de definir capacidad de pago para un nuevo crédito, ampliaciones de planta y de personal, proyecciones de ingresos, tareas asignadas al equipo de ventas, entre otras decisiones administrativas y de operación de la empresa.

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable.

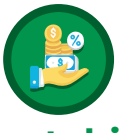
Lo anterior, ayuda a obtener información del estado, ya que podemos obtener indicadores financieros y estos pueden ser de **Liquidez, Solvencia y Rentabilidad;** los valores obtenidos nos brindan información de los recursos con los que cuenta la empresa para cubrir las actividades propias de producción o prestación de servicios **(liquidez),** capacidad de pago de obligaciones contraídas por la empresa o por adquirir **(solvencia)** y recursos que quedan del ejercicio posterior a la venta y que podrían ser reinvertidos o repartidos entre los socios **(rentabilidad).** Los indicadores más comunes son los siguientes:

De liquidez

Activo corriente – Pasivo corriente: Margen de seguridad que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo, mide los recursos con que cuenta la empresa para que esta pueda funcionar fluidamente.

De endeudamiento
(solvencia)

Pasivo total / Activo total x 100: Brinda información del apalancamiento que corresponde a la participación de los acreedores en los activos de la empresa, mientras más alto el índice mayor el apalancamiento financiero de la empresa.



De rentabilidad

Activo corriente – Pasivo corriente: Margen de seguridad que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo, mide los recursos con que cuenta la empresa para que esta pueda funcionar fluidamente.

Todos los anteriores indicadores tienen interpretaciones desde el punto de vista financiero, las cuales se convierten en información relevante en la medida que la empresa evoluciona en las etapas de desarrollo empresarial pues de una adecuada toma de decisiones podrá advertirse a tiempo dificultades que imposibilitarían el crecimiento esperado.

B. Estado de resultados, generación de información financiera y contable.

EJERCICIO 7

Indicadores financieros para una empresa de snacks, tiene los siguientes estados financieros:

Estado de resultado

Ingresos por ventas del periodo	
Comercio al por mayor y al por menor	283.270.000,00
Devoluciones en ventas	0,00
Ventas netas	**283.270.000,00**
Costo de ventas y operación	
Materia prima y costos directos	189.708.900,00
gastos de personal	16.000.000,00
servicios	2.000.000,00
arrendamientos	3.500.000,00
otros gastos operacionales	8.800.000,00
Total costo de ventas y operación	**220.008.900,0**
Utilidad bruta	**63.261.100,00**
Gastos no operacionales	
Gastos de personal	10.800.000,00
Servicios	4.200.000,00
Otros	5.200.000,00
Total gastos operacionales	**20.200.000,00**
PERDIDA O UTILIDAD DEL EJERCICIO	**43.061.100,00**

Balance general:

Activo	Periodo actual	Pasivo	Periodo actual
Corriente (1)	**18.114.100,00**	**Corriente**	**55.033.000,00**
Efectivo	**5.638.100,00**	**Obligaciones financieras**	**0,00**
Caja	5.638.100,00	Bancos nacionales	0,00
Bancos y corporaciones	0,00	**Proveedores**	**55.033.000,00**
Deudores	**2.500.000,00**	Nacionales	55.033.000,00
Clientes	2.500.000,00	**Impuestos Gravamenes y Tasas**	**0,00**
Inventarios	**9.976.000,00**	Impuestos a las Ventas por Pagar	0,00
Productos terminados	4.931.000,00	**Total pasivo**	**55.033.000,00**
Materia Prima	5.045.000,00	**Patrimonio (5)**	**85.681.100,00**
No corriente (2)	**122.600.000,00**	**Capital Social**	**5.000.000,00**
		Capital de Personas Naturales	5.000.000,00

Balance general:

Activo	Periodo actual	Pasivo	Periodo actual
Propiedades, planta y equipo	**122.600.000,00**	**Resultado del Ejercicio**	**43.061.100,00**
Maquinaria y Equipos	64.800.000,00	Utilidad del Ejercicio	43.061.100,00
Terrenos	50.000.000,00		
Vehiculos - Moto	4.300.000,00	**Resultado del ejercicio Anteriores**	**37.620.000,00**
Equipo de Oficina	3.500.000,00	Utilidades Acumuladas	37.620.000,00
TOTAL ACTIVO (3)	**140.714.100,00**	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**	**140.714.100,00**

Determinar los siguientes indicadores financieros:

Indicador de liquidez:

Margen de seguridad = Activo corriente – Pasivo Corriente

Activo corriente	
Pasivo corriente	
Margen de seguridad	

Indicador de endeudamiento (solvencia):

Solvencia = Pasivo total / (Activo total x 100)

Pasivo total	
Activo total x 100	
Solvencia	

Indicador de rentabilidad:

Utilidad neta	
Ventas netas x 100	
Rentaiblidad	

C. Indicadores de productividad

Existen indicadores como los indicadores clave de desempeño - **KPI (del inglés key performance indicator)** que dan medida del rendimiento de un proceso, el resultado de este indicador está relacionado directamente con un **objetivo que fue fijado previamente y generalmente se expresa en valores porcentuales.**

Un **KPI** se diseña para conocer el progreso en un proceso o producto específico, por esta razón es un indicador de rendimiento. Son diseñados los **KPI** para monitorear áreas muy diversas de una empresa, tales como: logística, ventas, compras, servicio al cliente, entre otros.

Con estos indicadores es posible determinar si acciones definidas en las empresas están cumpliendo las expectativas, estos indicadores pueden ser de tipo financiero o no financiero y permiten identificar el rendimiento de una organización.

C. Indicadores de productividad

Los **KPI** se utilizan para valorar actividades que no son fáciles de medir como el compromiso de los empleados, el servicio prestado o la satisfacción del cliente, también para motivar a los equipos responsables del cumplimiento de los objetivos.

Los KPI más frecuentes tienen relación con:

Tiempo que se utiliza en mejorar los niveles de servicio en un proyecto dado.

Nivel de la satisfacción del cliente.

Rentabilidad de un proyecto

Calidad de la gestión de la empresa (rotación de inventario, días de cuentas por cobrar, días de cuentas por pagar)

CUALIDADES DE LOS **KPI**

Cualquier empresa debe poder identificar sus propios **KPI's.** Los aspectos claves para tener en cuenta son: tener definido un proceso productivo, los objetivos y el rendimiento esperado para ese proceso. Debe tener una medida cuantitativa o cualitativa de los resultados para poder hacer comparaciones con los objetivos.

Para la construcción de **KPI´**se emplea el método **SMART** aplicando lo siguiente:

Específicos
(Specific)

Medibles
(Measurable)

Alcanzables
(Achievable)

Relevantes
(Relevant)

Oportunos
(Timely)

Ejemplos de **KPI´s**

Indicador	Descripción	Meta	Soporte
Aumento de número de ventas	% en incremento de venta de un mes al siguiente	Crecer 5% en ventas	Estado de resultados mensual

Un programa de:
El ambiente es de todos
Minambiente
UNIÓN EUROPEA
Operado por:
creame Incubadora de Empresas

C. Indicadores de productividad

Ejemplos de **KPI´s**

Indicador	Descripción	Meta	Soporte
Número de clientes fidelizados	Cantidad de clientes que ingresen al sistema de fidelización de la empresa en 6 meses (Ejm. Puntos Bancolombia es un sistema de fidelización)	10 clientes fidelizados durante el mes	Base de datos de clientes
Errores de facturación	Número de errores que se cometen en el diligenciamiento de la factura al cliente	Disminuir en 10% facturas anuladas	Software contable

D. Cadena de valor Interna

La cadena de valor interna es una herramienta que permite identificar de manera clara y gráfica el engranaje que tiene una empresa para garantizar el cumplimiento de su propuesta de valor.
Por ejemplo, para una empresa que se dedica la operación ecoturistica, su cadena de valor interna podría ser descrita de la siguiente forma:

D. Cadena de valor Interna

Procesos estratégicos: Son procesos destinados a definir y controlar las metas de la organización, sus políticas y estrategias. Permiten llevar adelante la organización. Están en relación muy directa con la misión/visión de la organización. Involucran personal de primer nivel de la organización.

Procesos misionales: Son procesos que permiten generar el producto/servicio que se entrega al cliente, por lo que inciden directamente en la satisfacción del cliente final. Generalmente atraviesan muchas funciones. Son procesos que valoran los clientes y los accionistas.

Procesos de apoyo: Apoyan el proceso operativo de la empresa, pero no son indispensables para desarrollar el producto o servicio.

EJERCICIO 8

Determine los procesos que tiene la empresa para que pueda ofrecer a sus clientes el producto o servicio.

	Liderazgo del Proceso			
Procesos estratégicos				Liderazgo
Procesos misionales				Generación de valor
Procesos de apoyo				Soporte

E. Implementación de acciones de los planes de marketing territorial

Teniendo en cuenta lo trabajado durante el Programa Generación de Negocios Verdes, se construyeron estrategias que buscan lograr ciertos objetivos, planteados a partir de lo que vive día a día los Negocios Verdes, las cuales se presentan a continuación:

No.	Estrategia	Objetivo	Acción
01.	Construir un Marco Conceptual de referencia para la generación de conocimiento en la temática de Negocios Verdes.	**Fortalecer conocimientos relacionados con NV en los siguientes temas:** • Relaciones públicas • Modelo AIDA, [1] Proceso efectivo en ventas • Valor percibido vs propuesta valor • Formación en Negocios Verdes	Convocar instituciones que aporten conocimiento específico en los temas seleccionados
02.	Análisis de capacidad instalada que permita identificar oferta real de los productos o servicios	Brindar herramientas para conocer capacidad instalada y disponibilidad de productos/-servicios	Hacer análisis de capacidad instalada para toma de decisiones
03.	Reconocimiento de etapa de desarrollo empresarial	Mejorar habilidades para identificar etapa de desarrollo de la empresa y así dirigir hacia apoyo estatal, privado e internacional según sea el caso	Capacitar en la identificación de etapas de desarrollo empresarial
04.	Reconocimiento de propuestas de valor de las empresas	Aumentar posibilidades de impacto en cliente	Identificar nivel técnico o de desarrollo de los productos

[1] *MODELO AÍDA: Se compone por las siglas de Atención, Interés, Deseo y Acción. Es una técnica de ventas para lograr llevar a cabo negociaciones con un cliente potencial. Término explicado ampliamente en la guía comercial.*

Un programa de: El ambiente es de todos Minambiente · UNIÓN EUROPEA · Operado por: creame Incubadora de Empresas

E. Implementación de acciones de los planes de marketing territorial

No.	Estrategia	Objetivo	Acción
05.	Preparación en Pitch [2]	Capacitar a los empresarios para la adecuada participación en eventos	Transferir metodología Pitch Elevator
06.	Concurso mejor Negocio Verde	Involucrar a las A.A. en el proceso de selección del mejor NV de 2019 para convertirlo en un referente y un punto aspiracional para los demás	Definir el mejor NV en cada Autoridad Ambiental y cumpliendo requisitos de la convocatoria
07.	Conformación de alianzas	Mantener activos acuerdos para promoción de Negocios Verdes	Establecer acuerdos de voluntades o Memorandos de entendimiento
08.	Promoción de empresas de Negocios Verdes	Apoyar promoción de productos	• Convocar actividades de visibilización de NV Rueda de negocios, mínimo una por año Ferias regionales y nacionales • Generar actividades de Relaciones públicas desde las AA según público objetivo • Concretar nuevos espacios de promoción (universidades, empresas locomotoras, micro ferias)

[2] *Presentación comercial que tiene como objetivo que, en 5 minutos, el empresario o emprendedor presente de manera clara y concisa su idea o empresa ante una persona de interés: Este Pitch debe contener mínimo los siguientes temas: ¿Cuál es el producto o servicio?, ¿Cuál problema esta resolviendo?, mercado, modelo de negocio, equipo de trabajo, ventajas del producto o servicio.*

E. Implementación de acciones de los planes de marketing territorial

No.	Estrategia	Objetivo	Acción
09.	Liderar la gestión Negocios Verdes en regiones	Fortalecer la gestión en las regiones para mejorar visibilidad de Negocios Verdes	• Hacer inventario de Negocios Verdes • Promover el programa en las Autoridades Ambientales • Convocar nuevos prospectos y aliados
10.	Acompañar al desarrollo y fortalecimiento de Negocios Verdes	Identificar las necesidades de acompañamiento para los Negocios Verdes para empresas de productos	• Identificar tipo de acompañamiento que han recibido y cual requieren • Acercar nuevos aliados y proveedores • Realizar seguimiento periódico a acciones • Acompañar en proceso de formalización de empresas de Negocios Verdes
11.	Fortalecimiento de las marcas	Identificar procesos para protección marcaria y formalización	Capacitar desde el punto de vista mercadológico y de propiedad intelectual

E. Implementación de acciones de los planes de marketing territorial

EJERCICIO 9

Desde su camino como emprendedor y empresario, por favor cuéntenos las acciones que crea que se deben también proponer para el fortalecimiento de los Negocios Verdes:

No.	Estrategia	Objetivo	Acción

POR ÚLTIMO:

- **Las empresas están compuestas por personas**

Por ello, afianzar el trabajo en equipo y la comunicación al interior de su organización lo ayudará a llegar más lejos.

- **¡Llevar en orden la casa!**

Es necesario aprender a organizarse, llevar registros de sus ventas y de sus gastos, le permitirá ser más consiente de las acciones de mejora que debe hacer para aumentar la ganancia de su empresa.

- **La tecnología es su amiga**

Utilice las herramientas tecnológicas para su provecho, como las redes sociales que es una vitrina comercial que marca la tendencia del mercado actual.

NEGOCIOS VERDES

Un programa de:

El ambiente es de todos

Minambiente

UNIÓN EUROPEA

Operado por:

creame Incubadora de Empresas

2019