Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Negocios verdes e inclusivos

Bogotá,Mayo 2016

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

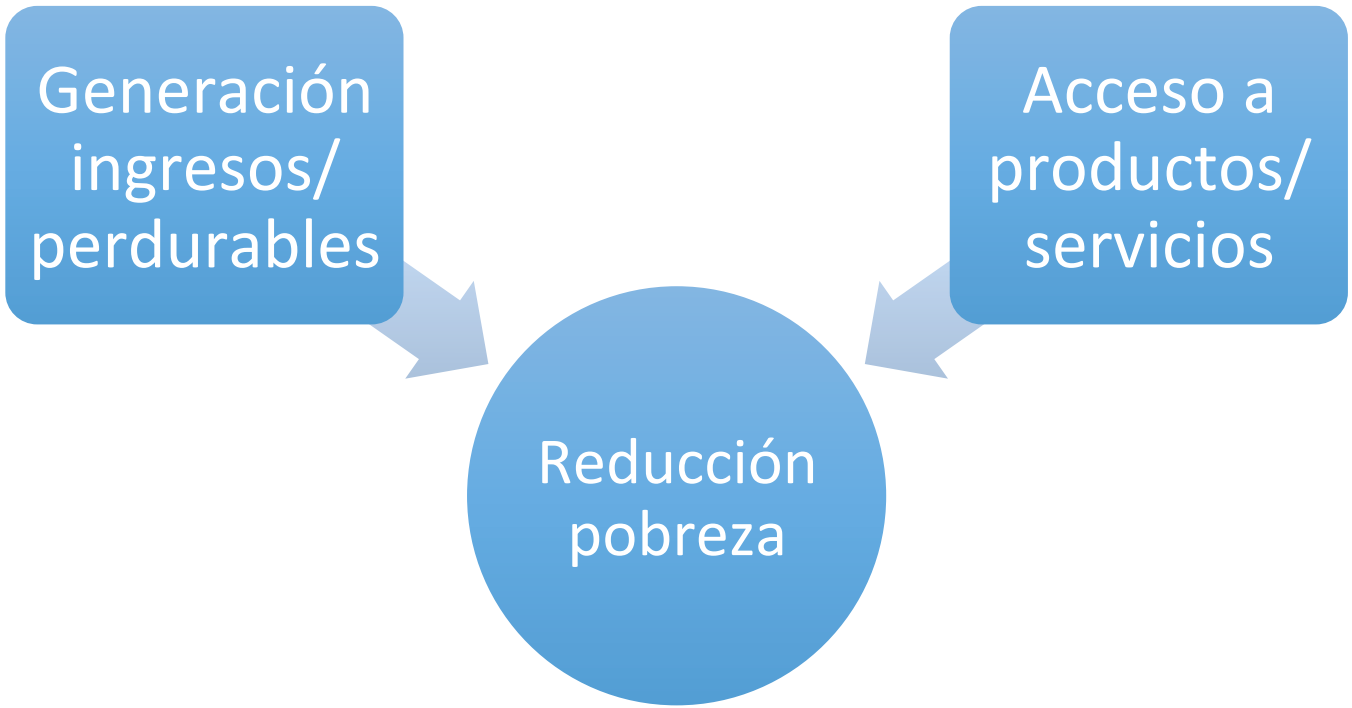
Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

ANTECEDENTES. Video



OBJETIVOS NEGOCIOS INCLUSIVOS





DEFINICIÓN DE NEGOCIOS INCLUSIVOS

”Iniciativas empresariales económicamente rentables, y ambiental/ socialmente responsables, que en una lógica de mutuo beneficio incorporan en sus cadenas de valor a comunidades de bajos ingresos y mejoran su calidad de vida a través de:

Participación en la cadena de valor como agentes que agregan valor a bienes o servicios, proveedores de materia prima, o vendedores/distribuidores de bienes o servicios.



NEGOCIOS INCLUSIVOS

- Su acceso a productos o servicios que les permita entrar en el "circulo virtuoso" de oportunidades de hacer negocio o mejorar su situación socio-económica.

CARACTERISTICAS N.I.



- Capacitación técnica
- Crecimiento económico
- Progreso Social
- Balance Ecológico
- Acompañamiento de empresa a largo plazo

CONDICIONES DE FAVORABILIDAD

EN LA EMPRESA	EN LAS COMUNIDADES VULNERABLES	EN EL ENTORNO
Apertura de cambio sistémico y detección fallas en cadena de suministro	Disponibilidad articulación diferentes actores	Gobernabilidad y representación del estado y entidades
Visión de nuevas oportunidades	Apertura al cambio de hábitos de trabajo	Invitación e interés de los diferentes actores
Disponibilidad conexión actores no tradicionales	Algún tipo de ingresos para invertir o consumir	Condiciones de infraestructura
Claridad del modelo de negocio de su replica y escala	Claridad de la oportunidad del NI	

POR QUÉ ES ATRACTIVO PARA LAS EMPRESAS HACER NEGOCIOS INCLUSIVOS?

- **ASEGURAN LA CADENA DE SUMINISTRO**
- **POTENCIALIZAN LLEGAR A NUEVOS MERCADOS**
- **INTERES GENERAR DESARROLLO EN ZONAS DE INFLUENCIA**
- **AUMENTAR DIFERENCIAL FRENTE A CLIENTES FINALES**
- **DISMINUCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN**



POR QUÉ ES ATRACTIVO PARA LAS COMUNIDADES VULNERABLES?


Garantía de compra de productos
Capacitación Continuada
Negociación justa
Desarrollo de nuevos esquemas trabajo
Acceso asistencia técnica
Acceso a sistemas de financiación

QUE HACER PARA POTENCIALIZAR SU DESARROLLO? TALLER

ECOSISTEMAS

"Un Ecosistema es un sistema que esta conformado por organismos vivos, que se relación de forma dinámica, son interdependientes y Comparten el mismo Habitat."

ECOSISTEMAS INCLUSIVOS

"El Ecosistema de sistemas inclusivos es el relacionamiento dinámico, Fluido e interdependiente de diferentes actores y comunidades que busca el desarrollo sostenible de los negocios inclusivos en una región Determinada"

Es clave hacer un mapeo o diagnóstico del Ecosistema para poder realizar actividades que mejoren los componentes.

CREACIÓN DE ECOSISTEMAS



- Difusión y promoción del concepto
- Identificación de oportunidades (Mercado)
- Identificación y articulación de actores
- Conexión entre empresas y comunidades
- Desarrollar el modelo de negocio
- Promoción del trabajo asociado
- Capacitación continuada
- Acompañamiento Financiero
- Pruebas y ajustes
- Replica y Escala

PROMOCIÓN DEL CONCEPTO



PROMOCIÓN

- **Actores presentes**
- **Estrategias de divulgación**

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Universidad Externado de Colombia
130 Años

ANDI

ASHOKA

Cámara de Comercio de Bogotá

Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible
CECODES

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por
giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

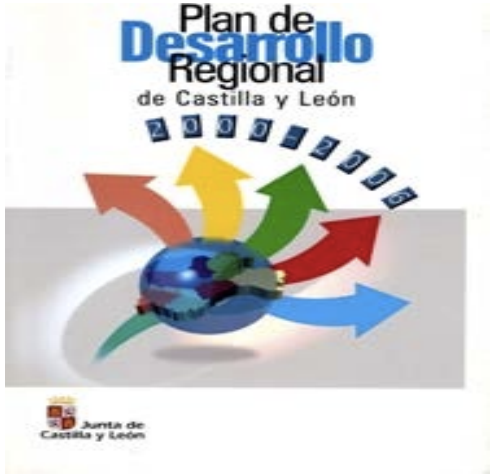
Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono
SENA



IDENTIFICACIÓN OPORTUNIDADES (MERCADO)

OPORTUNIDADES NEGOCIO

- **Identificar ventajas comparativas**
- **Identificar mercados alto potencial diferencial**
- **Identificar falencias en cadena de valor de empresas ancla**



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por
giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

IDENTIFICACION Y ARTICULACIÓN DE ACTORES



IDENTIFICACION Y ARTICULACIÓN DE ACTORES

Categ/Roll	Promocion	Articular	Interfaces	Fortalec	Financiac	Conocimi
Gremios, Asociaciones	X	X	X	X		
Sector Público	X	X	X	X	X	
Medios Comunic	X					
Universidades	X	X		X		X
Inversionistas				X	X	
Organismos Multilaterales	X			X	X	X
Comun. asociad	X	X				
Ongs, Fundaciones, Articuladores	X			X	X	X

Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible

CECODES

fedepalma



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

augura

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

CONEXIÓN ENTRE EMPRESAS ANCLA Y COMUNIDADES



ACTORES CLAVE

- **Empresas Ancla de la región**
- **Comunidades**



FUNDES

FUNDACIÓN BAVARIA



cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO



cooperación alemana DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martinez Tono

SENA

- **Formulación del modelo de negocio**
- **Viabilidad financiera**

Cámara de Comercio de Bogotá

fedepalma



Universidad Externado de Colombia 130 Años

augura
asociación de bananeros de colombia

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martinez Tono

SENA

PROMOCIÓN DEL TRABAJO ASOCIADO



COMUNIDADES

- **IDENTIFICAR NIVELES DE COHESIÓN**
- **ESTRATEGIAS DE TRABAJO ASOCIATIVO**

ORGANIZACIONES SOLIDARIAS

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Universidad Externado de Colombia 130 Años

cooperación alemana DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martinez Tono

SENA

CAPACITACIÓN CONTINUADA



TEMAS DE CAPACITACIÓN

- **Desarrollo individual. Proyecto de vida**
- **Desarrollo social.**
- **Desarrollo técnico**
- **Desarrollo Empresarial.**

ACOMPAÑAMIENTO FINANCIERO



MECANISMOS

- **Empresas Ancla**
- **Comunidades y Empresas Ancla**
- **Organismos de Financiación**



MinAgricultura
Ministerio de Agricultura
y Desarrollo Rural

INVERSOR
INVERSIÓN SOCIAL RENTABLE

acumen
Innovación,
Conocimiento
y Ejecución

BID
Banco Interamericano
de Desarrollo



ANSPE
AGENCIA NACIONAL PARA LA SUPERACIÓN DE LA POBREZA EXTREMA

Center for Social Innovation

National Agency to Overcome Extreme Poverty ANSPE

March 6th 2014

PNUD

USAID | COLOMBIA
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por
giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES
Programa
Promoción del Desarrollo
Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

PRUEBAS Y AJUSTES





AJUSTES

- **Requerimientos de Calidad**
- **Volúmenes**
- **Entregas y empaques**

Universidad Externado de Colombia 130 Años



cooperación alemana DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martinez Tono

SENA

DUPLICAR Y ESCALAR







Universidad Externado de Colombia 130 Años

Sesión 1
Gobierno Corporativo y RSE

alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

NEGOCIOS INCLUSIVOS EN COLOMBIA

Alpina

Alquería

Grupo nutresa



Corona
Remodela tu Vida.

POSTOBON

FRUANDES
A healthy harvest

cooperación alemana

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

ela Nacional de Instructores
Rodolfo Martinez Tono

SENA

NI. ARTICULACIÓN COMO PROVEEDOR. Vid. Fair



CONDICIONES DE FAVORABILIDAD

EN LA EMPRESA	PROVEEDORES	EN EL NEGOCIO
Entendimiento dinámicas de los proveedores	Fortalecimiento Empresarial	Garantía de compra en condiciones justas
Conexión del NI con el núcleo de la empresa y su cadena de suministro	Capacitación y asistencia Técnica (BPA;BPM)	Productos en condición requeridas en calidad, entrega y volumen
Conocimiento de los Negocios Inclusivos	Acceso financiero	Medición del impacto económico, social y ambiental
Potencial de Escala y replica del NI	Acceso a insumos	Condiciones justas de negociación
Apertura para generar alianzas con los proveedores		Claridad en los retornos para las partes

CASO. FRUANDES

PROGRAMA. Vid

Misión de la Compañía

Fair Trade
B Certified

FRUANDES Solucionar problemas sociales y del medio ambiente por medio de producir y vender frutas orgánicas secas y del comercio justo

Agricultores	Trabajar directamente con pequeños agricultores colombianos	Proveer oportunidades de vender un producto de manera estable y con un precio justo.
Trabajadores	Trabajar con trabajadoras de un nivel de educación básica	Mejorar la calidad de vida de los empleados ayudándoles a cubrir sus necesidades
Consumidores	Produción de organicos de acuerdo a estándar	Ofrecer productos orgánicos con una producción transparente

Company Products

Fair Trade
B Certified

Frutas secas:
Mango seco orgánico
Piña seca
Uchuvas secas
Pitalla seca
Bananitos secos

Otros:
Panela organica
Organic Cocoa Nibs

Production Process:

Transporting all fruites to production plant in Bogota

⇩

Analyzing and selecting pieces according to ripeness

⇩

Washing and Disinfection

⇩

Peeling, cutting, dehydration

⇩

Quality control & packaging

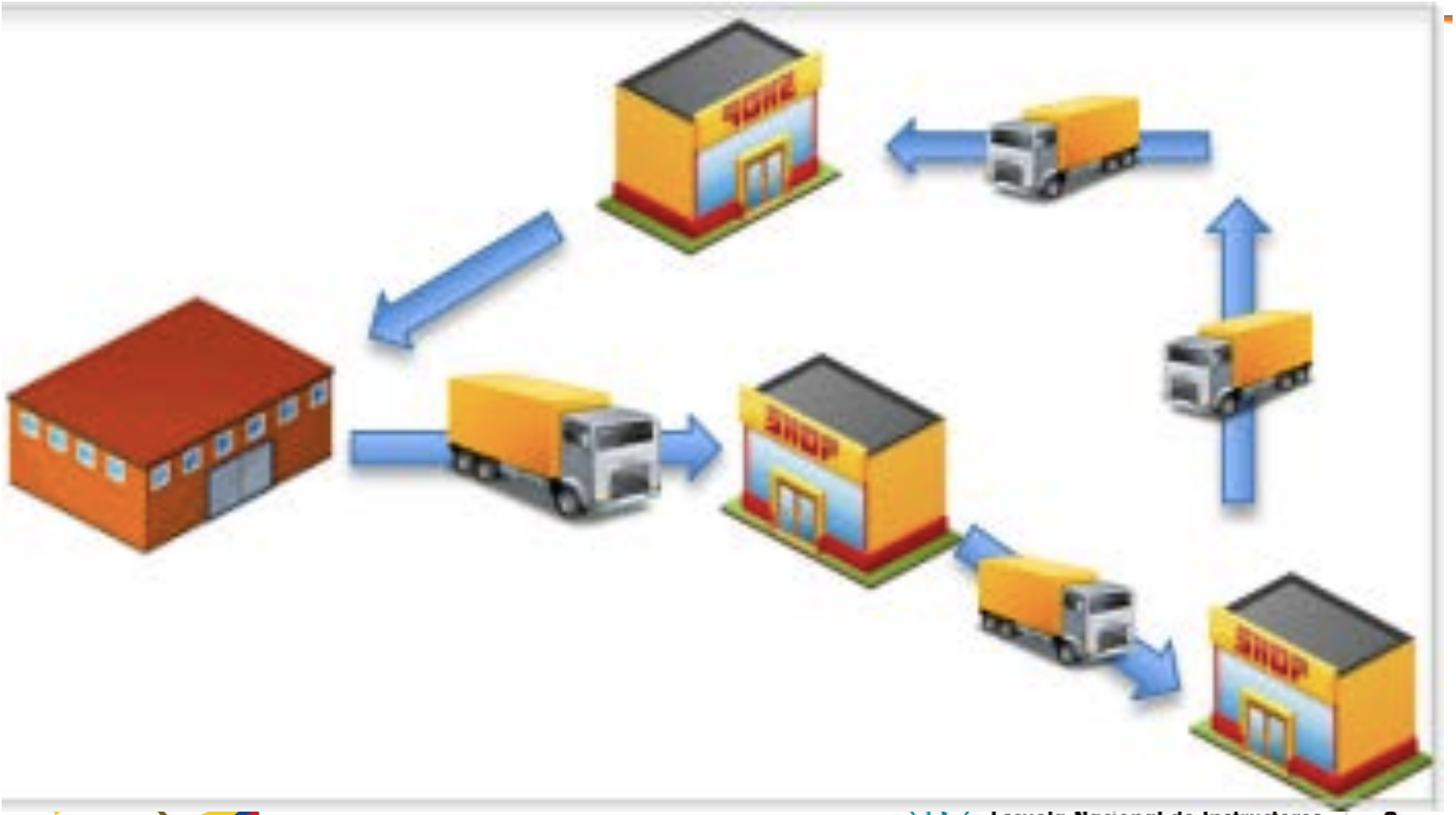
Visión para el mercado BoP

- 25 toneladas anuales de desperdicios de frutas (corazones de piña, cáscaras de banano, piña, etc.)

- Pagan $12,000 USD anuales para deshacerse del desperdicio

- Quieren hacer uso de esta fruta para
  - ayudar a la comunidad
  - crear un producto rentable

NI. ARTICULACIÓN COMO DISTRIBUIDOR/VENDEDOR.



CONDICIONES DE FAVORABILIDAD

PARA LOS DISTRIBUIDORES	PARA LA EMPRESA	PARA EL NEGOCIO
Capacidades locales	Entendimiento del contexto social y condiciones de ingreso de distribuidor y cliente final	Nuevas oportunidades de ingresos y negocios en el segmento de la base de la pirámide
Confianza en la empresa y en la calidad del producto/ servicio	Adaptación o creación de un nuevo producto/servicio teniendo en cuenta restricciones	Innovación en modelos de distribución.
Disposición e interés de generar nuevos ingresos	Desarrollo de habilidades y capacidades de los distribuidores	
	Equipo de trabajo visionario	
	Potencial de replica y escala del negocio	

CASO. CORONA.

PROGRAMA. VISTE TU CASA. Vid

Corona busca que sus negocios sean rentables, sostenibles y replicables.





Sus negocios impacten de manera positiva a sus consumidores y clientes.

Vive tu casa es una nueva mecánica de trabajo, que genera nuevos empleos y mejora la calidad de vida tanto de los clientes como de sus colaboradores.



viste tu casa

Escuela Nacional Rodolfo Martinez To

DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Comercialización de un portafolio de productos de pisos y paredes



Presencia en localidades promotoras debidamente capacitadas .

- Mujeres cabeza de familia, precios asequibles, financiación y fácil acceso a una oferta que permita el mejoramiento de sus hogares.

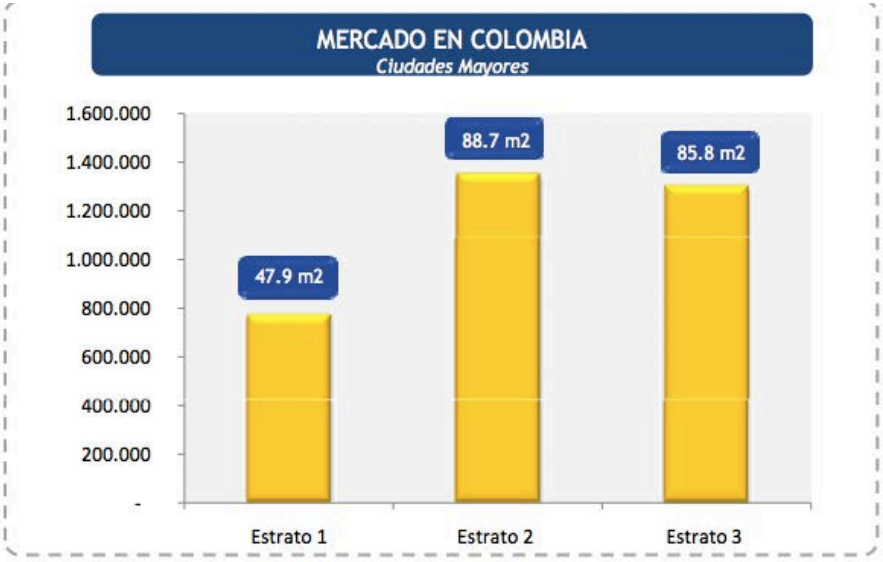


Comenzó en la localidad de Usme con un estudio de mercado

- Ha beneficiado a 28.000 familias con productos de primera calidad
- Ha generado ingresos a 200 mujeres cabeza de familia de las localidades



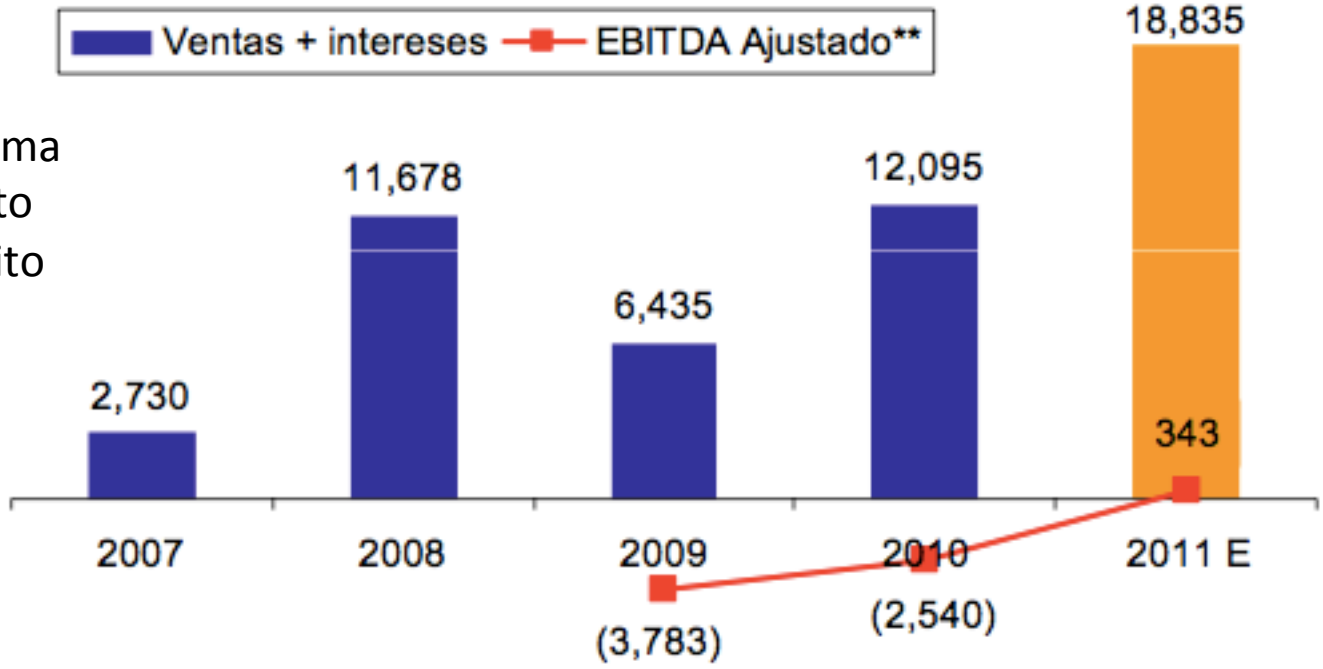
Sectores de estratos 1,2 y 3. hasta el momento está en 17 localidades en Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena y Barranquilla



Corona desde el 2006 que implemento este proyecto a alcanzado un crecimiento del mercado en 1,8%.

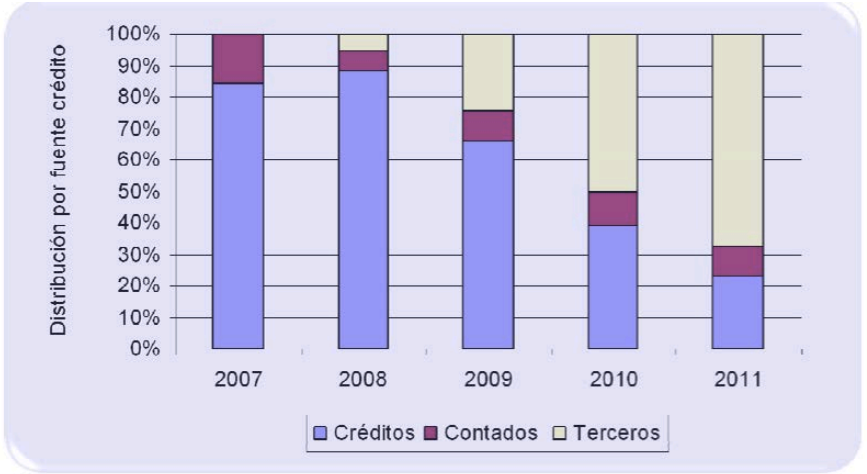
"SU CASA COMO NUEVA PASO A PASO"

- 2006. Inicio del programa
- 2007-2008. Crecimiento del programa- gran éxito comercial.
- 2009-2010. Consolidación – bases sólidas.



cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Cambiaron el sistema de financiación pasaron de financiar ellos la totalidad y transfirieron la mayoría a terceros



Financiación asequible

Producto confiable y duradero

Cercanía con la comunidad

Mejorar calidad de vida

VISTE TU CASA

Garantía, respaldo y reconocimiento de marca

alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

nstructores

SENA

NI. ARTICULACIÓN COMO CONSUMIDOR



CONDICIONES DE FAVORABILIDAD

PARA LOS CONSUMIDORES	PARA LA EMPRESA	PARA EL NEGOCIO
Productos servicios que satisfagan de forma efectiva necesidades del segmento	Potencial y tamaño del mercado	Marco regulatorio y jurídico estable
Apertura y educación al uso de nuevos productos/ servicios	Conocimiento de las dinámicas sociales, culturales, financieras y de compra del mercado	Claridad de retorno y rentabilidad del negocio
	Recurso financiero para desarrollo del producto/ servicio	

CASO. Brand Solutions. Iluminando.

Información.

- Iluminación limpia a población vulnerables
- 473 mil viviendas sin energía Eléctrica. Pobreza Extrema
- Alianza d.light Design. Lámparas con energía solar
- Impacto: ahorros en costos de energía, reducción emisiones Co2, mejora condiciones estudiantes, aumento de horas Productivas.
- Recurso Crowfunding, 1 a 1.
- Distribución Nano franquicias

¿CÓMO FUNCIONA?

1. **Identificación**
   Identificar y capacitar Agente Mentor de Zona (firma acuerdo comercial)



2. **Priorizar zonas de intervención Identificación**
   - Condiciones geográficas del medio
   - Condiciones de comunicación y difusión

3. **Realizar reuniones comunitarias**
   Enfocado en potenciales nanofranquiciados, especialmente mujeres cabeza de familia

4. **Selección y Capacitación de nano fran-quiciados (Agente Mentor de Zona)**



5. **Incorporación a la red de Nano franquiciados Iluminando conector (Brand Solutions)**
   - Firma del contrato
   - Entrega del kit Iluminando
   - Distribución de material de apoyo

6. **Pruebas de producto y del modelo de negocio.**



7. **Retroalimentación de los resultados de las pruebas**
   Responsable (Agente Mentor de Zona) a Brand Solutions.

8. **Distribución de los productos a Nanofranquicias**



9. **Venta nanofranquicias a consumidor final**



10. **Ciclo de nuevas ventas de nanofranquiciado apoyo y distribución de Brand Solutions**



ILUMINANDO

cooperación alemana DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Organizado por giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

PRODES Programa Promoción del Desarrollo Económico Sostenible

Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martinez Tono

SENA

TALLER

OPORTUNIDADES



Se
Go

POR QUE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS?

- Porque ayudan a desarrollar y transformar el tejido social.
- Sensibilizan y concientizan sobre mejores prácticas ambientales.
- Son víables financieramente
- Representan un gana a gana para los participantes
- Crean diferencial y valor agregado en los modelos de negocio


DESAFIOS

- Falta de conocimiento del concepto
- Bajo nivel de educación de comunidades
- Bajo nivel de asociatividad
- Bajos y discontinuos ingresos
- Problemas de seguridad alimentaria
- Envejecimiento y reducción de campesinos
- Falta de infraestructura
- No aplicación en pequeñas y medianas empresas



CONTEXTO PRODUCTIVO DEL AGRO COLOMBIANO

- Bajo nivel de financiamiento
- Bajo nivel de institucionalidad
- Bajo nivel de acceso e infraestructura
- Insuficiente adaptación al cambio climático

VERDE E INCLUSIVO:COMBINACIÓN GANADORA

CONCLUSIONES

Gracias

Jose A. Mosquera
almos70@gmail.com
(316)5266066