

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORMACARENA



MARIA FERNANDA GALVIS RODRIGUEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2021

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EN CORMACARENA

MARIA FERNANDA GALVIS RODRIGUEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Magister de Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VILLAVICENCIO

2021

Autoridades académicas

P. JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota de aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Director Trabajo de Grado

ALFONSO CANÓNIGO GALVIS

Jurado

JULIO ANDRES RAMIREZ MORALES

Jurado

Dedicatoria

A la memoria de mi abuelo James, quien se sentiría muy orgulloso de verme alcanzando este logro.

Agradecimientos

A las personas que han estado en mi vida, me han acompañado en cada etapa y paso que doy, a aquellos que me han apoyado y me han enseñado a creer en mí y en lo que hago. A aquellos que me han retado y han puesto en duda mis capacidades, pues me fortalecieron para seguir adelante demostrando que siempre puedo a pesar de las adversidades.

También, a CORMACARENA por brindarme tan grande oportunidad donde he podido conocer y descubrirme a nivel personal y profesional, y por supuesto donde he podido aprender infinidad de cosas que dentro de mi saber eran desconocidas. Agradezco la gran acogida por el equipo de negocios verdes quienes me permitieron tener participación en cada una de las actividades brindándome mucha confianza y seguridad. Y por supuesto, a mi jefe directo el ingeniero Manlio Vargas que con su buena energía y actitud hizo de este reto una experiencia agradable.

A la universidad Santo Tomás, mi alma máter que me brindó todo el conocimiento y las herramientas que me permitirán defenderme en el presente y el futuro, también a mis profesores y profesoras que con su paciencia y gran disposición me ayudaron a culminar tan importante etapa.

Contenido

Pág.

Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Justificación	15
1 Objetivos	16
1.1 Objetivo general	16
1.2 Objetivos específicos	16
2 Perfil de la empresa	17
2.1 Nombre de la corporación	18
2.2 Lema de la corporación	18
2.3 Misión	18
2.4 Visión	19
2.5 Organigrama.....	19
2.6 Ventanilla de Negocios Verdes	21
3 Cargo y funciones	22
3.1 Nombre del cargo	22
3.2 Funciones del cargo.....	22
3.3 Actividades realizadas.....	22
3.3.1 Estrategia “Póngase Verde”	24
3.3.2 Articulación con aliados estratégicos: CCV y Aunar	25
3.3.3 Entrega aval de confianza	27
3.3.4 Feria de negocios verdes	28
Conclusiones	30
Reflexiones	32
Aportes	35
Bibliografía	37
Anexos (Opcional)	39

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama institucional de CORMACARENA	20
Figura 2 Imagen publicitaria de jornada de capacitación	26
Figura 3 Aval de confianza de negocios verdes - Meta	27
Figura 4 Ficha de verificación de Nutré SAS	28

Lista de anexos

Anexo 1 Feria agroindustrial en central de abastos de Villavicencio	39
Anexo 2 Visita de verificación en la empresa Bioagrícola del llano	39
Anexo 3 Grabación en articulación con Tv Agro de la temática: territorios sostenibles dando valor agregado a las cosechas de plátano.....	40
Anexo 4 Articulación con Bioagrícola como aliado para la estrategia “Póngase verde”	40
Anexo 5 Pieza gráfica de la estrategia “Póngase verde”	41
Anexo 6 Reunión para la articulación con la Cámara de Comercio de Villavicencio CCV y la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño AUNAR.....	41
Anexo 7 Entrega aval de confianza a los negocios verdes	42
Anexo 8 Primera feria de negocios verdes	42

Glosario

- **Negocios Verdes e Inclusivos:** Contemplan las actividades económicas en las que se ofertan bienes o servicios, que generan impactos ambientales positivos y además incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014)
- **Desarrollo sostenible:** capacidad para Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades. (Comisión Mundial sobre el medio Ambiente y el Desarrollo, 1987)
- **Economía Verde:** es 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. (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2011)
- **Crecimiento Verde:** significa fomentar el crecimiento y el desarrollo económico y, al mismo tiempo, asegurar que los bienes naturales continúen proporcionando los recursos y los servicios ambientales de los cuales depende nuestro bienestar (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, 2011)
- **Consumo y producción sostenible:** es hacer más y mejores cosas con menos recursos. (Organización de las Naciones Unidas, 2015)

Resumen

En el presente informe, se mostrará de manera concisa y detallada de las actividades realizadas dentro de las prácticas empresariales, la cual hace parte de las opciones de grado y es requisito para optar al título de profesional en negocios internacionales. En este caso, las practicas empresariales fueron desarrolladas en Corporación Para El Desarrollo Sostenible del Área Manejo Especial la Macarena – CORMACARENA, durante 6 meses específicamente en la ventanilla de negocios verdes el cual brinda un espacio propicio para aplicar varios de los conocimientos adquiridos en la academia.

A través del documento se evidenciará la importancia de los negocios verdes en el Meta y en el territorio nacional, demostrando que este espacio es ideal para aplicar la teoría vista en el ámbito académico, ayudando al estudiante de negocios internacionales a conocer las realidades de las empresas del departamento de primera mano para posteriormente, fomentar su desarrollo y posicionarse en el mercado.

Durante el desarrollo de la práctica empresarial en la ventanilla de negocios verdes de CORMACARENA, el pasante aplicó diferentes tópicos y temas como: formulación de proyectos, posicionamiento de marca, mercadeo, promoción de producto, estrategias de comercialización lo cual permite el afianzamiento de conocimientos a través de la experiencia, involucrando al estudiante en el mundo laboral asumiendo su rol bajo responsabilidad y compromiso, con el fin de cumplir con los objetivos plateados por la corporación para fortalecer los negocios verdes en el Meta.

Palabras Clave: Práctica profesional, Ventanilla de negocios verdes, CORMACARENA, Negocios verdes.

Abstract

In this report, the activities carried out within the business practices will be shown in a concise and detailed manner, which is part of the degree options and is a requirement to qualify for the title of professional in international business. In this case, the business practices were developed at the Corporation for Sustainable Development of the La Macarena Special Management Area - CORMACARENA, for 6 months specifically at the green business window, which provides a conducive space to apply various of the knowledge acquired in the academy.

The document will show the importance of green businesses in Meta and in the national territory, showing that this space is ideal for applying the theory seen in the academic field, helping the international business student to know the realities of companies. from the department first-hand to subsequently promote its development and position itself in the market.

During the development of the business practice in the CORMACARENA green business window, the intern applied topics such as: project formulation, brand positioning, marketing, product promotion, marketing strategies, which allows the consolidation of knowledge through experience, involving the student in the world of work assuming their role under responsibility and commitment, in order to meet the objectives set by the corporation to strengthen green businesses in Meta.

Keywords: Professional practice, Green business window, CORMACARENA, Green business.

Introducción

La configuración de los sistemas naturales por parte del ser humano ha sido inherente en su constante desarrollo como civilización, cuya finalidad ha sido crear modos de vida caracterizados por estar en busca de la perfección y más confortables para las personas; lo cual ha generado una serie de problemas ambientales y sociales, resultado de las malas prácticas y poca concientización acerca del entorno y sus actores. Es por esto que, a nivel mundial alrededor de la década de los 90's se tuvieron las primeras aproximaciones para solucionar dichos problemas, apuntándole al comercio de productos y servicios en sintonía con la biodiversidad y conservación de los recursos.

Dentro de lo mencionado anteriormente, encontramos que, La Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha sido uno de los actores más importantes en el ámbito internacional ya que este ha generado acuerdos que buscan revertir los impactos ambientales que han entorpecido el desarrollo sostenible en el mundo, involucrando a los Estados en la discusión y conciliación de estos. (Organización de las Naciones Unidas, 1992)

En este contexto, surgen los negocios verdes como medida que contrarresta las problemáticas ambientales y sociales a través de la generación de empresas cuyos lineamientos están a favor del entorno y la biodiversidad por medio la disminución del deterioro de los recursos naturales. Es importante mencionar que Colombia, cuenta con un potencial muy alto en cuanto al desarrollo de mercados y negocios verdes gracias a su posición geográfica, es por esto que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible implementa el Plan Nacional de Negocios Verdes en el cual se busca fomentar y fortalecer la oferta y demanda de los negocios verdes en el territorio nacional e internacional. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014).

Por lo tanto, los negocios verdes representan una oportunidad para la economía nacional ya que han ganado relevancia exponencialmente a través de la implementación de buenas prácticas ambientales, sociales y económicas siendo una excelente alternativa de crecimiento, desarrollo y reactivación en el país. Sin embargo, no hay que desconocer que los negocios verdes cuentan con

retos para llegar a posicionarse en el mercado, uno de los más complicados es la barrera de comercialización y comunicación puesto que, gran mayoría de estos negocios se encuentran en las zonas más alejadas del país haciendo que los esfuerzos por parte de las Corporaciones Autónomas Regionales sea aún más grande para llegar a establecer a los negocios verdes como uno de los renglones más importantes de la economía colombiana.

Justificación

Después de la finalización del plan de estudios del estudiante, debe cumplir una de las 4 modalidades de opción de grado, siendo estas: proyecto de grado, prácticas empresariales, exámenes preparatorios, auxiliar de investigación. La estudiante optó por las prácticas profesionales dado que, estas permiten el relacionamiento de la teoría a través de la praxis complementando el aprendizaje, a través de la validación de estos conocimientos adquiridos durante la formación profesional.

Por otro lado, durante el pregrado, a través de espacios académicos como ambiente económico, político y cultural de América e Historia de Colombia, se reconoce la potencialidad del país en cuanto a su biodiversidad, lo cual representa una oportunidad para el país referente a la creación de productos y servicios de carácter exportador. Es por esto que, el estudiante siempre ha tenido presente la importancia de trabajar por los negocios regionales para que se posicionen en el mercado nacional e internacional.

A su vez, también reconoce la relevancia del tema socioambiental puesto que, actualmente las tendencias de consumo han cambiado haciendo que el mercado busque que los productos no sólo cumplan con la satisfacción de una necesidad, sino que contribuyan a la preservación de los recursos naturales y desarrollo social. Además, con las nuevas dinámicas mundiales que le apuntan a la sostenibilidad, se ha generado concientización hacia el consumo verde en los mercados internacionales.

Por estos motivos, a través de COMACARENA y la ventanilla de negocios verdes el estudiante vio la oportunidad de trabajar por el crecimiento regional, contribuyendo al posicionamiento de los negocios verdes vinculados, logrando cumplir con sus objetivos personales y profesionales los cuales se basan en el trabajo en favor de las cadenas productivas del llano, buscando el fortalecimiento y promoviendo su impacto ambiental positivo como característica diferenciadora.

1 Objetivos

1.1 Objetivo general

Acompañar y fomentar la continuidad de los negocios verdes e inclusivos existentes y vinculados a la ventanilla de CORMACARENA mediante la aplicación y relacionamiento de los conocimientos adquiridos en el programa de negocios internacionales, como lo son estrategias de comercialización y posicionamiento en el mercado con el fin de contribuir al desarrollo y permanencia de los negocios verdes en el Meta.

1.2 Objetivos específicos

- Acompañar la implementación de los planes de mejora establecidos para los negocios verdes inclusivos vinculados a la ventanilla de CORMACARENA.
- Apoyar estrategias que permitan la comercialización de los negocios verdes inclusivos en la jurisdicción de CORMACARENA.
- Apoyar el proceso de vinculación de los negocios nuevos a la ventanilla de CORMACARENA (visitas, diligenciamiento de la ficha de verificación MADS).
- Contribuir con la promoción y comunicación de los negocios verdes e inclusivos vinculados a la ventanilla de CORMACARENA
- Demás actividades que requieran apoyo en el grupo Biótico de CORMACARENA.

2 Perfil de la empresa

CORMACARENA es un ente de carácter público y es la autoridad ambiental dentro de su jurisdicción, la cual comprende todo el territorio del Meta, cuya finalidad es la administración y protección del medio ambiente y sus recursos naturales así como promover el desarrollo sostenible de la región, mediante la implementación de proyectos y programas; dando cumplimiento a los fines esenciales del Estado a través del mejoramiento continuo con el personal competente e idóneo para satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficaz, eficiente y efectiva. (Cormacarena, 2019)

CORMACARENA al ser un ente que busca la protección de los recursos naturales y ecosistemas, atiende diferentes temáticas a través de sus grupos los cuales son: aguas, aire y urbano, bióticos, suelos, hidrocarburos y energía, minería, suelos, educación ambiental. Dentro de sus funciones destacan el otorgamiento de concesiones, permisos, autorizaciones, licencias ambientales requeridas establecidas por la ley según el uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables o para el desarrollo de actividades que afecten o puedan afectar el medio ambiente. (Cormacarena, 2019).

También, busca incluir a las poblaciones mediante la participación comunitaria en actividades y programas de protección ambiental ejemplo de ello es el involucramiento de los niños y jóvenes bajo programas de educación ambiental como lo es la red de jóvenes de ambiente. En cuanto a proyectos, CORMACARENA destina recursos para el crecimiento de la región en la cual tiene jurisdicción, con esto busca que las diferentes poblaciones del Meta ya sean comunidades indígenas, negocios conformados por víctimas del conflicto o situados en territorios priorizados implementen iniciativas que contribuyan al desarrollo económico basados en la sostenibilidad. Finalmente, dentro de sus principales funciones están la administración de uso y manejo bajo los términos y condiciones fijados por la Ley, de los distritos de conservación de suelos, reservas y parques naturales, cuencas hidrográficas ubicados dentro de la jurisdicción.

2.1 Nombre de la corporación

Corporación Para El Desarrollo Sostenible del Área Manejo Especial la Macarena – CORMACARENA.

2.2 Lema de la corporación

CORMACARENA al ejercer de máxima autoridad ambiental en el área de jurisdicción, y cuya finalidad es la protección del ecosistema y los recursos naturales renovables a través de la defensa de la fauna, flora, reservas, parques naturales, cuencas hídricas y demás; establece que su misionalidad es proteger todas las formas de vida en el Meta, es por esto que su lema es: “Somos vida, Somos Meta”

2.3 Misión

CORMACARENA fue creada a partir del artículo 38 de la Ley 99 de 1993 mediante la cual se crean el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible MADS, otras Corporaciones Autónomas Regionales, además se reordena el sector público que se encargará de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables y se establece la organización del Sistema Nacional Ambiental SINA (Congreso de la República de Colombia, 1993)

A través del artículo 38 de la Ley 99 de 1993 se menciona que la misión de CORMACARENA es administrar y gestionar el medio ambiente y sus recursos naturales renovables en el Departamento del Meta, dentro del marco del desarrollo sostenible, con el fin de generar bienestar para la sociedad en general, contribuyendo a la protección y conservación del ambiente, partiendo de los criterios de equidad y la participación de la comunidad. (Cormacarena, 2019)

2.4 Visión

La actual administración de CORMACARENA presente desde el año 2020 tiene como objetivo cambiar la percepción de la corporación a través del acercamiento entre la población y la entidad, siendo la escucha de sus necesidades e inconformidades uno de los factores claves para cambiarlo. A su vez, busca que con esto se dé el mejoramiento continuo, buscando la satisfacción de los clientes de manera, eficaz, eficiente y efectiva a través de personal idóneo y competente. (Cormacarena, 2019)

En ese sentido, la visión de CORMACARENA es ser reconocida como una entidad altamente calificada y comprometida en la administración y gestión del medio ambiente y sus recursos naturales renovables en donde prevalezcan los criterios de calidad, transparencia, eficacia y eficiencia, así mismo busca ejercer actividades hacia la promoción de la investigación científica y transferencia de tecnología, buscando el mejoramiento continuo en la prestación del servicio, con un equipo humano idóneo y motivado, en armonía con el desarrollo económico, social y cultural del departamento del Meta. (Cormacarena, 2019)

2.5 Organigrama

En el organigrama de CORMACARENA se evidencia la jerarquía y funcionamiento de la corporación, en el nivel más alto se encuentra la asamblea corporativa siendo el principal órgano de dirección de la corporación y estará integrado por la Nación, representada por el ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible o su delegado, a su vez por todos los representantes legales de las entidades territoriales de su jurisdicción. Posteriormente, encontramos al consejo directivo cuya función principal es proponer la adopción de estatutos y sus reformas en la Corporación.

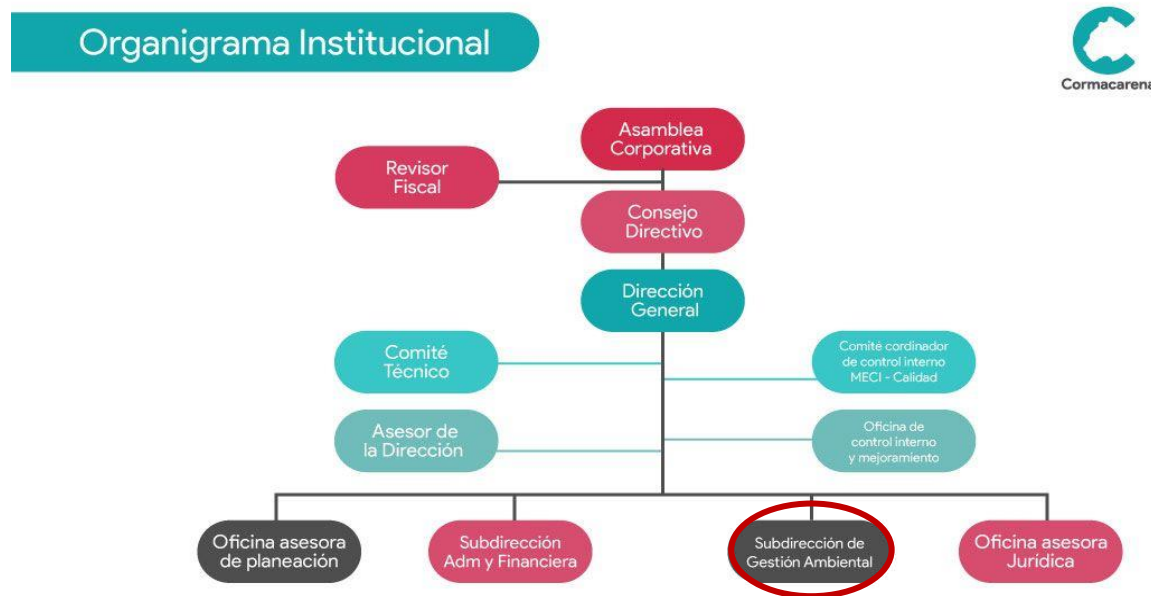
En cuanto a la dirección general, está conformada por su representante legal ejerciendo el cargo de director general siendo la primera autoridad ejecutiva en la Corporación quien actuará con autonomía regional a nivel regional bajo la política nacional. Por otro lado, la dirección general

está compuesta por: el comité técnico, asesor de la dirección, comité coordinador de control interno y la oficina de control interno y mejoramiento.

Por último, están las demás divisiones de la corporación en donde encontramos la subdirección de gestión ambiental siendo la encargada de la administración y gestión de los recursos naturales y ejercer manejo ambiental, así como implementar programas y proyectos con el fin de solucionar la problemática ambiental a través de herramientas técnicas, económicas, administrativas y de planeación. Dentro de la subdirección general se encuentra el área de bióticos conformada por los grupos de fauna, meta verde, ingenieros forestales y negocios verdes. (Ver Figura 1)

Figura 1

Organigrama institucional de CORMACARENA.



Nota. El círculo rojo representa el área donde se realizaron las prácticas, Subdirección de Gestión ambiental- Bióticos- Negocios Verdes. Adaptada de *Estructura Organizacional* [Figura], CORMACARENA, 2019, www.cormacarena.gov.co/institucional/estructura-organizacional/

2.6 Ventanilla de Negocios Verdes

Cabe resaltar que en el departamento del Meta, se encuentran diferentes entidades que desempeñan labores a favor de los negocios verdes, estas son La Gobernación del Meta y la Alcaldía de Villavicencio en las cuales tratan temas relacionados con el crecimiento verde a través de estas iniciativas; pero es importante mencionar que la identificación, vinculación y reconocimiento de los negocios verdes es de competencia de las Corporaciones Autónomas Regionales y Autoridades Ambientales Urbanas siendo CORMACARENA en este caso.

Continuando con lo expuesto anteriormente, CORMACARENA se dio a la creación de la ventanilla de negocios verdes, así como lo establece el Plan Nacional de Negocios Verdes, en donde este lo define como aquellos grupos técnicos y de gestión que tiene como misión, el posicionamiento de los negocios verdes como un nuevo componente en el marco de la economía regional (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014). En cuanto a su misionalidad institucional, la ventanilla de negocios verdes tiene como objetivo la articulación con diferentes actores regionales ya sean públicos o privados, para la implementación del Programa Regional de Negocios Verdes con el fin de crear alianzas estratégicas para promocionar y posicionar a los Negocios Verdes de la región.

Por otro lado, para incentivar la demanda de los productos de los negocios verdes de la región, la ventanilla se encarga de divulgar el potencial y las nuevas tendencias de mercado relacionadas con el consumo, así como la sensibilización al consumidor acerca de la importancia y el impacto que genera consumir los productos regionales; en el caso de CORMACARENA se realiza a través de estrategias de comercialización, participación en ferias y de publicaciones en las redes sociales de la institución en donde los empresarios vinculados a la ventanilla hablan de sus negocios, beneficios y características generales de sus productos.

3 Cargo y funciones

A continuación, se dará a conocer el cargo y cada una de las funciones y actividades realizadas durante la práctica empresarial en la Ventanilla de Negocios Verdes de CORMACARENA con el fin de dar cumplimiento a las metas planteadas por la ventanilla.

3.1 Nombre del cargo

Pasante profesional vinculada a la ventanilla de negocios verdes de CORMACARENA

3.2 Funciones del cargo

El perfil profesional requerido para desempeñarse en la Ventanilla de Negocios Verdes de CORMACARENA debe dar cumplimiento a las siguientes funciones y responsabilidades.

- Apoyo en la identificación de negocios verdes para posteriormente vincularlos a la ventanilla de CORMACARENA.
- Diagnóstico de los planes de mejora de los negocios verdes para adelantar acciones de corrección bajo el nodo departamental.
- Apoyar la implementación de estrategias de comercialización para los negocios verdes.
- Actualización de las fichas de verificación de los negocios verdes y su respectivo archivo.
- Participar en espacios de encuentro como ferias para contribuir a la comunicación y posicionamiento de los negocios verdes.
- Articular con diferentes actores de la región y del territorio nacional para establecer acciones conjuntas en favor de los negocios verdes.

3.3 Actividades realizadas

La Ventanilla de Negocios Verdes de CORMACARENA dentro de su actuar misional contempla el componente comercial como uno de sus pilares, el cual ayuda a los negocios a promover e incrementar sus ventas lo cual se realiza a través de campañas de comercialización y demás actividades, es así que por el enfoque su plan de trabajo; es el espacio adecuado y propicio para desarrollar las habilidades y conocimientos adquiridos en la academia.

Cabe resaltar que dentro de la ventanilla de negocios verdes, la estudiante en su calidad de pasante profesional, sirvió como apoyo en diversas actividades, entre ellas encontramos la vinculación de nuevos negocios verdes, lo cual consiste en una visita de campo para conocer los procesos detrás de cada empresa y así mismo, aplicar la ficha de verificación dada por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Después del diligenciamiento del documento, es necesario la recopilación de archivos de para la evidencia de vinculación, es por esto que la estudiante fue un elemento clave en la organización del archivo de la ventanilla de negocios verdes. Durante esta actividad, se realizó la estructura de las carpetas de los negocios verdes vinculados, con los debidos documentos para soportar su existencia.

Por otro lado, dentro de la ventanilla se reconoce la importancia de las ferias para dar a conocer a los negocios verdes, es por esto que en el inicio del año, se extendió la invitación de participación a 5 negocios verdes en la feria agroindustrial organizada en la central de abastos de Villavicencio, los exponentes fueron pocos debido a que no se trataba de una feria grande.

Continuando con la importancia de la promoción a los negocios verdes, la estudiante apoyó la articulación con Tv Agro a través de una convocatoria presentada por el MADS, la finalidad de esta actividad fue la realización de varios episodios de diferentes temáticas de los negocios verdes presentes en el Meta; dentro de estas se encuentran: spirulina - innovación, nutrición y sostenibilidad ambiental, el cacao y sus derivados aportando al desarrollo sostenible, territorios sostenibles dando valor agregado a las cosechas de plátano, maravillas de la naturaleza, destinos emergentes que le apuestan a la conservación del medio ambiente, esencia de un estilo de vida alternativo en el campo, baja huella de carbono en el sector lácteo, sachá inchi para la paz y con

mucho de lo esencial, los cuales fueron realizados en los municipios de Cumaral, Acacías, El Castillo, Lejanías, Mesetas y Vista Hermosa respectivamente.

Finalmente, con el objetivo de cumplir con el fomento y posicionamiento de los negocios verdes en el Meta, se realizó una formulación de proyecto en donde la estudiante apoyó todo el proceso que abarca el estudio de la necesidad hasta el monto presupuestal requerido para la ejecución de la actividad. Esta iniciativa fue solicitada por la asociación de mujeres ASOMACARENA, mediante la cual buscan apoyo para el mejoramiento del proceso de aprovechamiento y transformación del fruto asaí en el municipio de la Macarena cuyo proyecto fue postulado y se encuentra en etapa de estudio.

Lo mencionado anteriormente son algunas de las actividades realizadas durante las practicas empresariales durante 6 meses, sin embargo, hubo otras que fueron parte fundamental en el proceso de aprendizaje de la estudiante y en el posicionamiento de los negocios verdes, las cuales se explican detalladamente a continuación.

3.3.1 Estrategia “Póngase Verde”

Según el Plan Nacional de Negocios Verdes, una de las misiones de la ventanilla es encargarse de promover la demanda de los productos vinculados a la misma, es por esto que CORMACARENA y su equipo, crearon una estrategia denominada “Póngase Verde” cuyo objetivo es impulsar la comercialización y promoción de los Negocios Verdes en el departamento del Meta, acercando a los habitantes a la oferta de productos locales amigables con el medio ambiente, promoviendo el desarrollo sostenible. La estrategia va dirigida a los aliados siendo estas personas, tiendas, empresas, instituciones públicas y privadas que toman la decisión por voluntad propia apoyando con sus compras y promoción a los productos de los negocios verdes, logrando el crecimiento comercial de emprendimientos y negocios amigables con el medio ambiente.

“Póngase verde” cuenta con 4 fases, las cuales son: compras institucionales, compras colaboradores, establecimiento en tiendas y feria de negocios verdes. Se entiende como compras

institucionales a las adquisiciones de productos que ofertan los negocios verdes que realizan las empresas aliadas. Por otro lado, encontramos la segunda fase que se basa en las compras que realizan los colaboradores de las empresas aliadas, siendo esta la que se está desarrollando actualmente.

Comprendemos que, para incentivar el consumo, se hace necesario una las 4P'S del marketing: la promoción, cuya actividad se realizó mediante un catálogo virtual donde se exponen todos los productos ofertados por los negocios verdes y también a través de jornadas de degustación para incentivar las compras de los colaboradores. Actualmente se ha llevado a cabo en dos empresas aliadas: Bioagrícola y CORMACARENA. A su vez, el marketing digital fue necesario para que el alcance de la estrategia fuera mayor, en donde la creación de post's y publicación de contenido de calidad a través de videos promocionales mediante Facebook, Twitter e Instagram fue elemental en el desarrollo de esta para dar a conocer que en el Meta los Negocios Verdes son un nuevo espacio que está buscando posicionarse en la economía regional.

3.3.2 Articulación con aliados estratégicos: CCV y Aunar

Además de la vinculación de los Negocios Verdes a la ventanilla de CORMACARENA, también es uno de sus trabajos, generar un acompañamiento en cuanto al plan de mejora de cada negocio en el cual se establecen cada uno de los aspectos que requieren seguimiento y así ir aumentando de categoría con el fin de obtener el aval de confianza. Es por esto que, la articulación con la Cámara de Comercio (CCV) y Corporación Universitaria Autónoma De Nariño (AUNAR) bajo la resolución PS-GJ. 1.2.6.20.0912 de CORMACARENA, da creación al Nodo Departamental de Negocios Verdes del Departamento del Meta; lo cual viene siendo uno de los logros más importantes dado que, a través de este se busca unir los esfuerzos de las entidades públicas y privadas en favor de los negocios verdes, a través de la implementación de estrategias de fomento y desarrollo de los mismos.

La conformación del Nodo Departamental de Negocios Verdes del cual hace parte Gobernación del Meta, Cámara de Comercio de Villavicencio, la Corporación Universitaria

Autónoma de Nariño liderado por CORMACARENA, dio paso al fortalecimiento de los negocios bajo actividades como jornadas de capacitaciones en diferentes municipios del Meta.

Para ello, realizamos un estudio acerca de las debilidades de cada uno de los negocios presentes en las zonas identificadas con el fin de abarcar temas necesarios según sus necesidades. Dentro de las temáticas identificadas están: costeo y presupuesto, tributación, marketing seguridad y salud en el trabajo, logística y formalización empresarial. Los municipios seleccionados para esta primera fase de capacitaciones fueron: San Juan de Arama, Vista Hermosa, Lejanías, Mesetas y próximamente Cumaral, en donde ya se han visitado los tres primeros municipios respectivamente.

Figura 2

Imagen publicitaria de jornada de capacitación



Adaptada de Cámara de Comercio de Villavicencio [Figura], CCV, 2021, <https://www.ccv.org.co/es/>

3.3.3 Entrega aval de confianza

Desde la Corporación Para El Desarrollo Sostenible del Área Manejo Especial la Macarena – CORMACARENA, bajo las directrices dadas por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible a través de su plan nacional de negocios verdes, se realizó la entrega del aval de confianza a 33 negocios de la jurisdicción de la corporación ambiental, siendo esta, la primera entrega en la historia de la ventanilla de los negocios verdes en CORMACARENA y el Meta.

El propósito del aval de confianza es dar reconocimiento a las iniciativas que generan rentabilidad económica a través de la implementación de buenas prácticas ambientales, sociales con enfoque en el ciclo de vida del producto. Además, se caracteriza por ser un sello que acredita a los negocios verdes como agentes que contribuyen a una cultura de consumo sostenible, permitiéndoles diferenciarse en el mercado a través del aval de confianza; el cual se muestra en la figura 3.

Figura 3

Aval de confianza de negocios verdes - Meta



Adaptada de *Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible* [Figura], MADS, 2014

Cabe resaltar que pertenecer a la ventanilla de negocios verdes de CORMACARENA no es suficiente para obtener el aval de confianza, para ello se establece la verificación de los criterios económicos, ambientales y sociales a través de la ficha suministrada por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en donde después de realizar la respectiva visita y diligenciamiento de la herramienta, arroja un porcentaje de cumplimiento el cual debe ser mayor a 60% para obtener el

aval de confianza, a su vez este indica el tipo de negocio verde según los criterios mencionados anteriormente. (Ver figura 4)

Figura 4

Ficha de verificación de Nutré SAS

5. Resultados			
Nivel 1		53,71%	
Nivel 2		8,61%	
Total		62,32%	
5.1. Criterios económicos		69,64%	
5.4. Criterios avanzados		43,06%	
Tipo de Negocio Verde		Satisfactorio	
Viabilidad económica del Negocio		69,64%	
Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio		41,67%	
Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos		44,44%	
5.2. Criterios sociales		67,41%	
NOTA:		El Negocio Verde reúne las condiciones suficientes para la expedición de aval de confianza y uso de la marca	

Adaptado de *Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible* [figura], MADS, 2014

Dentro de los productos de los 33 negocios verdes a los que otorgamos aval de confianza destacan snacks, sachá inchi, derivados del café y chocolate, derivados del plátano, miel, turismo de naturaleza, agroturismo, derivados de lácteos, abonos orgánicos y demás; proveniente de municipios como Villavicencio, Acacías, El Castillo, El dorado, Mesetas, Lejanías, San Martín y Vista Hermosa.

3.3.4 Feria de negocios verdes

En la ventanilla de negocios verdes de CORMACARENA reconocemos la importancia de las actividades relacionadas con la promoción, es por esto que, en conjunto con la Gobernación del Meta, Cámara de Comercio de Villavicencio y la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño bajo el nodo departamental de negocios verdes, realizamos la primera feria de negocios verdes; en esta jornada se convocaron a 40 negocios de bienes y servicios.

El objetivo de la feria fue promover espacios de encuentro entre la oferta y demanda, a través de la comunicación de los atributos diferenciadores de los productos de los negocios verdes como lo son: la implementación de buenas prácticas económicas, sociales y ambientales; además de tener un impacto ambiental positivo. Con esto buscamos que la población del Meta reconozca a los negocios verdes como un nuevo e importante renglón de la economía regional y nacional.

Los resultados obtenidos fueron alentadores puesto que, las ventas totales estuvieron alrededor de 14 millones de pesos y la mayoría de los empresarios, expresaron que en la mitad de la jornada ya habían vendido su stock; demostrando que estos espacios son de gran relevancia para el posicionamiento y desarrollo de los negocios verdes del Meta, también siendo una actividad que contribuye a la reactivación económica.

Conclusiones

La elección y posterior ejecución de las prácticas profesionales es una oportunidad enriquecedora para el estudiante debido a que a través de esta, afianza los conocimientos adquiridos durante el pregrado, permitiendo enlazar la teoría con la práctica para llevar a cabo sus funciones dentro de la organización. Además, le permite la inclusión en el mundo laboral mediante la participación en un ambiente de trabajo bajo directrices y responsabilidades que se deben responder de manera individual y conjunta.

También, representa un gran reto por asumir para el estudiante puesto que se enfrenta a la realidad de una experiencia laboral en el cual se le permite desarrollar habilidades como el trabajo en equipo y bajo presión que a su vez, contribuye a la formación de carácter siendo uno de los aspectos más importantes para tener capacidad de toma de decisión, dotando al estudiante de una ventaja frente a los demás.

Por otro lado, en la ventanilla de negocios verdes de CORMACARENA contribuye al conocimiento de las realidades de los empresarios, sus necesidades y requerimientos, haciendo que el estudiante establezca relaciones, mediante las cuales reconoció las debilidades, fortalezas, amenazas, oportunidades de cada uno de los negocios verdes. Con esto, fue posible la realización de un plan de trabajo para contribuir a la principal meta la cual es el posicionamiento y fortalecimiento de los negocios como una nueva e importante alternativa en el desarrollo económico del país.

A través de la experiencia adquirida con CORMACARENA y los negocios verdes del Meta, se logró identificar que la gran problemática de estos radica en la falta de reconocimiento y gestión comercial, lo cual le permitió al estudiante desarrollar y participar en actividades como ferias para dar a conocer el potencial de los negocios verdes y la ejecución de una estrategia de comercialización que les permitiera generar ingresos y visibilización en el territorio.

Por otro lado, esta gran oportunidad permitió que se pusiera en práctica los conocimientos adquiridos en cuanto a la formulación de proyectos en el sector público, donde su principal objetivo fue fortalecer las cadenas productivas de los negocios verdes; ejemplo de ello fueron los proyectos de transformación de sachá inchi, asaí y paneles solares para industria transformadora conformada por mujeres víctimas del conflicto; los cuales se encuentran en etapa de estudio.

Finalmente, esta experiencia resulta enriquecedora para el estudiante puesto que le permite desarrollar habilidades comunicativas debido a que, el establecimiento de relaciones con los empresarios y las entidades es fundamental para llevar a cabo una articulación exitosa para que los resultados sean los esperados.

Reflexiones

Ejercer en la ventanilla de negocios verdes de CORMACARENA le brinda la oportunidad al estudiante de conocer el rumbo que desea tomar en la carrera profesional, mediante el aprendizaje constante de diferentes tópicos generando aportes bastantes valiosos, así mismo, permitió la identificación de aspectos que requieren una mejora para el correcto desarrollo de la institución. A pesar de que actualmente el equipo de la ventanilla ha trabajado arduamente en la recopilación de información, se encuentra que una de sus falencias es la falta de documentación y actualización de los datos de los negocios verdes que se encuentran vinculados en la ventanilla, esto se puede evidenciar en la revisión de las bases de datos donde los insumos no son suficientes para establecer el canal de comunicación entre empresarios y la ventanilla de negocios verdes.

Lo anteriormente mencionado, hace que se desencadene otra problemática la cual es la falta de comunicación entre el equipo de trabajo y los empresarios de los negocios verdes, como prueba de ello y no en todos los casos, algunos empresarios no conocían que pertenecían a la ventanilla de negocios verdes, lo cual puede que a corto plazo no signifique gran cosa, pero a largo plazo, generará incertidumbre en la implementación del Plan Regional de Negocios Verdes.

Siguiendo con lo planteado, en la función de pasante se reconoce que los negocios verdes requieren de un gran apoyo por parte de la institucionalidad para seguir implementando la sostenibilidad como factor diferenciador en sus productos y servicios. Por lo tanto, el presupuesto para el desarrollo e implementación de los planes de mejora de los negocios verdes es importante, pero aún así es un factor que está pendiente por mejorar puesto que, los montos presupuestales vienen siendo bajos para el tipo de actividades que se necesita implementar en la consolidación de los negocios verdes en el mercado regional, nacional e internacional.

A su vez, se destaca la labor en el establecimiento del nodo departamental de negocios verdes como eje en el que reúnen diferentes entidades que ejecutan actividades para el fortalecimiento de los mismos. Sin embargo, no hay que dejar atrás el hecho de que en ciertas

ocasiones no se evidencia el trabajo en equipo y prima la individualidad de las instituciones, lo cual genera distorsiones en la implementación del Plan Regional de Negocios Verdes.

Este tipo de mejoras en las instituciones, ayudan a que los negocios verdes adquieran el reconocimiento que se busca, destacando su ventaja competitiva frente a los demás negocios partiendo de la premisa de sostenibilidad que, indudablemente se convertirá en un beneficio para las corporaciones que apoyen este tipo de iniciativas en pro del medioambiente. Así mismo, los negocios verdes aportan a la mejora de la visión de marca dado que actualmente, ayuda a que sus valores estén en relación con los parámetros mundiales establecidos por los grandes entes como lo es las Naciones Unidas, bajo los Objetivos de Desarrollo Sostenible siendo unos lineamientos a los cuales todos los países están apuntando para la mejora del entorno en cuanto factores socioambientales.

Además, estos negocios cuentan con la ventaja de posicionarse en el mercado y mantenerse en él gracias al componente que trabaja, siendo referentes en buenas prácticas ambientales, sociales y económicas lo cual es su atractivo principal que los permite diferenciarse de la competencia. Por otro lado, el cambio de mentalidad del ser humano hacia lo amigable ambientalmente ha sido exponencial, si bien no todas las personas están incursionando en esta nueva onda, hay que prestar mucha atención en ese nuevo nicho de mercado que busca que sus necesidades estén satisfechas.

También, el introducirse en los mercados verdes ayuda a la reducción de costos debido a que la optimización de recursos como lo son la energía y el agua es una de las premisas bajo las cuales se establece un negocio verde. Esto hace que los precios de venta sean competitivos en el territorio ya sea nacional o internacional permitiéndole abarcar una gran participación en los mercados cumpliendo una necesidad, contribuyendo al consumo responsable y la conservación de los ecosistemas de los cuales se aprovechan los recursos, y obedeciendo al principio de producir conservando y conservar produciendo.

Por último, es desde esta variedad de ventajas competitivas que brinda un negocio verde, donde el profesional en negocios internacionales puede contribuir ya que a través de este segmento consigue aplicar el mercadeo como conocimiento primordial para alcanzar la meta del fomento y

posicionamiento de los negocios verdes en la economía colombiana. Lo anterior, llevándolo a cabo a través de la implementación de actividades de promoción y estrategias de comercialización que permita establecer la marca de negocios verdes como una de las más importantes del país.

Siguiendo este planteamiento, el estudiante al terminar su plan de estudios cuenta con conocimientos acerca de los requerimientos para llegar al fin máximo de toda empresa la cual es la internacionalización, si bien desde la ventanilla no se realiza esta actividad sí se fomenta mediante la formalización de los negocios para que a largo plazo, llegue a exportar después de conocer las dinámicas del mercado regional y nacional.

Aportes

La ejecución de la práctica empresarial como opción de grado es sin lugar a duda, una experiencia maravillosa permitiendo a la estudiante participar activamente en un ambiente laboral en donde se acogió como un miembro más del equipo de trabajo, permitiéndole generar aportes de manera bidireccional tanto para la estudiante como para la institución.

Dentro de estos aportes se encuentra la consolidación del archivo de la ventanilla de negocios verdes, el cual es un aspecto importante dado que es la primera vez que se realiza este tipo de actividad siendo fundamental para la verificación de la existencia de los negocios vinculados. Además, hace parte de un registro importante que servirá como validación para las futuras administraciones presentes con el fin de que sigan trabajando bajo los mismos parámetros y en favor de los negocios verdes en el Meta.

A su vez, el apoyo en la vinculación de negocios verdes es otro de los aportes más importantes debido a la complejidad del diligenciamiento de la ficha de verificación siendo necesario el acompañamiento de otra persona para no inducir en errores en la visita de campo.

En cuanto a las actividades de promoción, se evidencia que la gestión de estas para la ejecución de la estrategia póngase verde fue notable como aporte, dado a la importancia de un equipo de trabajo que se encargue de dar a conocer la oferta de los productos consignados en la herramienta mediante la cual se realizan los pedidos de los negocios verdes. Con esto, se desarrollaron degustaciones y jornadas acompañadas de visitas puesto a puesto en las empresas colaboradoras para hablar acerca de la estrategia, su finalidad y funcionamiento.

Finalmente, estos aportes sirvieron para la adquisición de experiencia, aplicación y relacionamiento de diversas temáticas vistas durante la ejecución del plan de estudios del pregrado, los cuales ayudaron en el cumplimiento de las funciones a cabalidad bajo los parámetros de responsabilidad y pro actividad, con el objetivo de conseguir los mejores resultados y cumplir con

lo planteado en las metas de la corporación, buscando siempre la satisfacción de las directrices y por supuesto, el desarrollo de los negocios verdes como parte esencial en la economía colombiana.

Bibliografía

- Cámara de Comercio de Villavicencio . (2021). *CCV [Figura]*. Obtenido de <https://www.ccv.org.co/es/>
- Comisión Mundial sobre el medio Ambiente y el Desarrollo. (1987). *Informe Brundtland*. Obtenido de http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (Diciembre de 1993). *Ley 99 de 1993*. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=297>
- Cormacarena. (2019). *Estructura organizacional [Figura]*. Obtenido de <https://www.cormacarena.gov.co/institucional/estructura-organizacional/>
- Cormacarena. (2019). *Información general de Cormacarena*. Obtenido de <https://www.cormacarena.gov.co/>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). *Plan nacional de negocios verdes*. Obtenido de www.minambiente.gov.co/images/NegociosVerdesysostenible/pdf/plan_de_negocios_verdes/Plan_Nacional_de_Negocios_Verdes.pdf
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2017). *Ventanillas de negocios verdes*. Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/images/NegociosVerdesysostenible/pdf/herramientas_de_regionalizacion/Ventanillas_Negocios_Verdes_TODO.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. (1992). *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Obtenido de <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Agenda Mundial de Desarrollo 2030*. Obtenido de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (2011). *Hacia el crecimiento verde: un resumen para los diseñadores de políticas*. Obtenido de <https://www.oecd.org/greengrowth/49709364.pdf>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2011). *Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza*. Obtenido de <http://sostenibilidadyprogreso.org/files/entradas/hacia-una-economia-verde.pdf>

Anexos (Opcional)



Anexo 1 Feria agroindustrial en central de abastos de Villavicencio



Anexo 2 Visita de verificación en la empresa Bioagrícola del llano



Anexo 3 Grabación en articulación con Tv Agro de la temática: territorios sostenibles dando valor agregado a las cosechas de plátano



Anexo 4 Articulación con Bioagrícola como aliado para la estrategia “Póngase verde”



Anexo 5 Pieza gráfica de la estrategia “Póngase verde”



Anexo 6 Reunión para la articulación con la Cámara de Comercio de Villavicencio CCV y la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño AUNAR



Anexo 7 Entrega aval de confianza a los negocios verdes



Anexo 8 Primera feria de negocios verde