

ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO EMPRENDEVERDE. HERRAMIENTA DIGITAL PARA MEDIR EL DESEMPEÑO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO (SAE) DE EMPRENDIMIENTOS EN FASE TEMPRANA. CASO SHAPEBRAND

Camilo Velásquez Rodríguez¹

Luisa Maria Velasco Escalante²

Resumen

La Comercializadora Social Empreverde apoya a emprendimientos en fase temprana con la generación de la primera facturación y la creación de su primer cliente, UNIMINUTO. La característica de los emprendimientos es su inclinación por la línea de negocio verde convirtiéndose en actores del desarrollo sostenible regional; este enfoque requiere de mediciones que permitan identificar los impactos positivos a nivel económico, social y ambiental de forma interna y externa al emprendimiento, y así mismo sus factores de competitividad. La creación del Índice Empreverde como una herramienta tecnológica para la medición de estos impactos es la estrategia desarrollada para la evaluación y la comparación del nivel de desarrollo empresarial bajo este marco de referencia entre los emprendimientos de diferentes enfoques empresariales.

Planteamiento del problema

La comercialización de bienes y servicios a nivel de emprendimientos en fase temprana, representa uno de los cuellos de botella para su crecimiento y continuidad, según Allmad (2013), el 98% de los emprendimientos en el mundo fracasan por falta de clientes. Empreverde apoya los emprendimientos de estudiantes y graduados de UNIMINUTO, siendo su primer cliente y direccionándolos por la línea de negocio verde (socialmente responsables, económicamente sostenibles y generando impactos positivos al medio ambiente). Para garantizar estas características

¹ Ingeniero Agrónomo cMsc Ciencias Agrarias, Grupo de investigación Desarrollo Regional, Innovación Social. Semillero de investigación empreverde, Parque Científico de Innovación Social, cavelasquez@uniminuto.edu, Móvil. 3043909470

² Estudiante administración de empresas. Semillero de investigación empreverde, Centro Regional Soacha, shapebrand@gmail.com, Móvil. 3203705876

de negocio verde es necesario desarrollar variables e índices de medición que permitan identificar oportunidades y debilidades de los emprendedores y de la Comercializadora Social Empreverde.

Marco teórico

Plan nacional de negocios verdes

El plan nacional de negocios verdes es un instrumento de planificación desarrollado por el ministerio de medio ambiente y desarrollo sostenible. Este plan actualizado en el 2016, prioriza el emprendimiento en negocios verdes como estrategia de desarrollo para el país y presenta los criterios de negocio verde que fueron parte fundamental en la creación del índice.

Tabla 1. Criterios cumplimiento negocio verde.

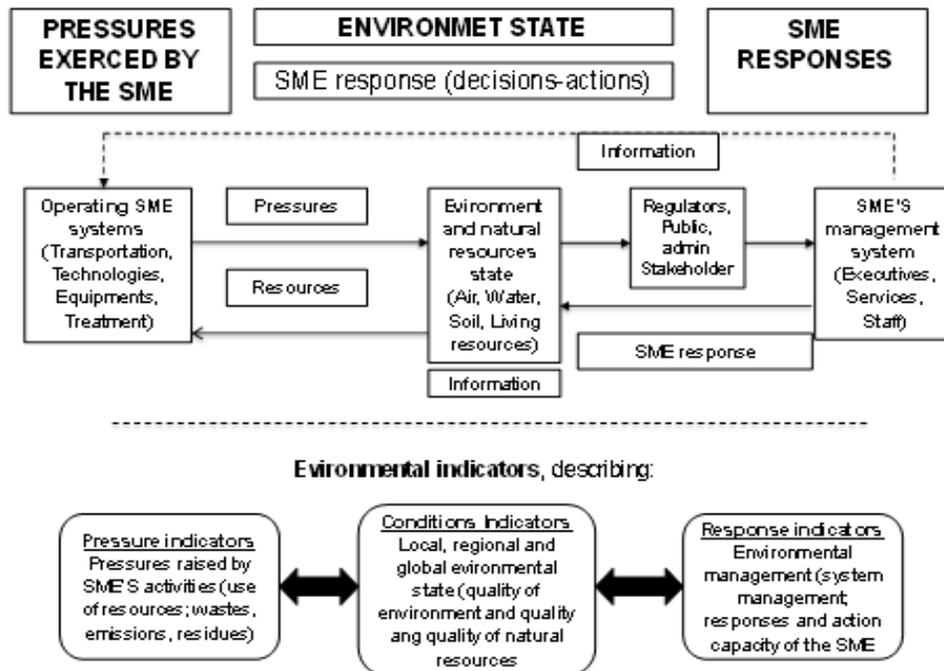
No	Criterios cumplimiento negocio verde
1	Viabilidad económica del negocio
2	Impacto ambiental positivo del bien o servicio
3	Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio
4	Vida útil
5	No uso de sustancias o materiales peligrosos
6	Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados
7	Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio
8	Responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa
9	Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa
10	Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio
11	Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos
12	Índice de cumplimiento Empreverde

Nota: Las doce referencias son los calificadores que permiten determinar y evaluar como un bien o servicio cumple, o no, las características de negocio verde a través de la valoración cuantitativa de indicadores específicos dentro de cada una. Plan nacional de negocios verdes. (2016)

Proceso creación del índice

Se tomó como referencia el modelo propuesto por Moraru, et al 2014, en el que prioriza los tipos de indicadores de enfoque ambiental para pequeñas y medianas empresas, teniendo en cuenta que las necesidades y tipos de cumplimiento son diferentes frente a las empresas de gran tamaño y volúmenes de mercado.

Figura 1. Modelo creación índice para pequeñas y medianas empresas.



Nota: El gráfico describe la categoría de los indicadores de presión ejercida por las actividades humanas a través de las SME pequeñas y medianas empresas, los indicadores de condición o estado que reflejan las alteraciones cualitativas y cuantitativas en las que se afecta el entorno, finalmente los indicadores de respuesta social a través de las SME con la medición del ambiente económico y las políticas del sector, evaluando los efectos de esta interacción social. Fuente. MORARU et al, 2014.

Metodología

La metodología desarrollada correspondió a una construcción colectiva del índice con los emprendedores quienes aportaron sus necesidades de acuerdo a su nivel de desarrollo empresarial. En segundo lugar se reviso el Plan de negocios verdes y se adaptaron criterios del plan con las necesidades de los emprendedores. Se construyeron los módulos y sus clases en conjunto con la empresa Value4chain quienes convirtieron en herramienta digital (Software) el índice para fácil acceso de los emprendedores en cualquier parte del mundo. Cada emprendimiento tuvo la oportunidad de presentar su proceso y evidencias respondiendo en cada criterio, económico, social y ambiental, su nivel de cumplimiento a los indicadores a través de un formulario integrado en línea. Finalmente se confrontaron los resultados de los emprendedores y se presentaron los resultados acordes con los soportes requeridos.

Principales hallazgos o contribuciones

Hallazgos

Índice de cumplimiento emprenderverde

En conjunto con la empresa value4chain se desarrollo la herramienta software que cuenta con cinco módulos. i) Registro ii) Emprendimiento iii) Viabilidad económica iv) Impacto Ambiental v) gestión social. Los emprendedores diligenciaron las preguntas que aportaban a cada modulo y adjuntaron los soportes que garantizaban el cumplimiento. Con los resultados generales, el índice arrojó un cumplimiento general promedio del 38.8%, a nivel de viabilidad económica del 65%, impacto ambiental 25.6% y gestión social del 26.4%.

Índice cumplimiento emprendimiento Shapebrand

Shapebrand es un emprendimiento de iniciativa ecológica, artística y familiar que promueve los medios alternativos de comunicación a través de la construcción de nuevas formas de publicidad creativa. Este emprendimiento fue el de mayor cumplimiento del índice. A nivel general obtuvo un 53%, a nivel de viabilidad económica del 87.5%, impacto ambiental 28.8% y gestión social 44%.

La viabilidad económica de Shapebrand estuvo reflejada por el potencial de crecimiento y rentabilidad en ventas a través de la integración de las diferentes líneas de productos y destacando aquellas que son más rentables de acuerdo a las percepciones de los clientes, así mismo la fuerza de producción actual que permite identificar los costos de las operaciones y su identificación de la competencia. Durante los dos años y medio de operación, Shapebrand ha aumentado su capacidad de ventas de la siguiente forma.

Tabla 2. Valor de las ventas por año emprendimiento Shapebrand.

AÑO	VALOR
2015	\$ 1'813.500
2016	\$ 19'136.200
2017 actualmente	\$ 2'450.000

El uso de materias primas recicladas es el principal componente de impacto positivo ambiental, reduciendo al mínimo la generación de residuos durante y después de la producción. Sin embargo los indicadores de cumplimiento ambiental tienen el potencial de mejorar con la identificación y desarrollo de estrategias para la vida útil de los productos comparados con los de la competencia. Así mismo la cadena de producción refleja oportunidades para la aplicación de un plan medioambiental incluyendo las fuentes y características de las materias primas (proveedores) y los elementos complementarios de los productos.

Al interior de la empresa, Shapebrand puede mejorar su gestión social en el corto y mediano plazo, aumentando gradualmente la participación de mujeres o comunidades vulnerables para actividades operativas y administrativas. La responsabilidad social en la cadena de valor está representada en

la inclusión de proveedores locales y regionales; de igual forma ha generado vínculos con entidades gubernamentales y comunitarias para promover el desarrollo sostenible y el emprendimiento a través de la institución académica UNIMINUTO y Empreverde.

Estas características corroboran la viabilidad de la Comercializadora Social, pues por medio de la generación de oportunidades de compra los emprendedores crecen, generan riqueza en el territorio y proyectan sus habilidades empresariales a mercados más grandes.

Necesidades a nivel de emprendimiento

Por medio del modulo de emprendimiento desarrollado, se logró comprender que los emprendedores que hacen parte de la Comercializadora Social Empreverde buscan apoyo a nivel de tecnología que les permita crecer a nivel de satisfacción de mercados y fortalecer las áreas comercial y financiera de sus emprendimientos.

Contribuciones

Índice empreverde

El desarrollo y validación del índice construido en conjunto con los emprendedores es una herramienta digital que aporta al ecosistema de emprendimiento en Colombia, pues permite entender las necesidades, fortalezas y oportunidades de crecimiento de emprendimientos de personas que toman la decisión de crear no sólo unidades de negocio, también los espacios para recibir apoyo integrado de recursos (conocimiento, comerciales y canales de alianzas externas) para potenciar sus emprendimientos. Además los emprendedores contarán con este soporte de medición para dirigir sus procesos hacia el mejoramiento de criterios de competitividad frente a otros casos empresariales.

Bibliografía

- BID-CONFECÁMARAS. (2007). Modelo y metodología para la gestión en responsabilidad social empresarial. Bogotá.
- Blount, E. (2003). Indicadores ambientales en las memorias de sostenibilidad (GRI). Ista .
- Cruz, A. (2012-2015). Plan Estratégico. En Plan de Desarrollo Departamental: "Cundinamarca calidad de vida"(32). Bogotá.
- Durán Romero, G. (s.f.). Medir la sostenibilidad: Indicadores económicos, ecológicos y sociales. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Hosseini Rahdari, A., & Anvary Tostamy, A. (2015). Designing a general set of sustainability indicators at the corporate level. *Journal of Cleaner Production*.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2007). Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Sao Paulo: Planeta Terra Design.

- Medeiros Dantas , C. M., Nunes Dantas, F., & Oliveira Araújo, A. (2016). Social and environmental costs and GRI: an analysis of the companies of the corporate sustainability index (ISE). *Revista Ambiente Contábil*.
- Moraru, R., Cioca, L.-I., & Grabara, J. (2014). Typology analysis and selection of environmental performance indicators in small and medium enterprises. *ANNALS of Faculty Engineering Hunedoara - International Journal of Engineering*.
- Pacheco, J; Gonzalez, M; Ramirez, M. (2013). *Negocio Verde*. Desarrollo Regional, 1,2. Colombia. Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. Plan Nacional de Negocios Verdes (2014).
- Quiroga, R. (2007). *Indicadores ambientales y de desarrollo sostenible: avances y perspectivas para América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Cepal.
- Reynaldo-Arguelles, C. (2012). Metodología para el diseño de indicadores económico-ambientales en la minería del níquel. *Minería y Geología*, 13-29.
- Rodríguez, M., Buthet, C., Scavuzzo, J., & Taborda, A. (s.f.). *Indicadores de resultados e impactos. Metodología de aplicación en proyectos participativos de hábitat popular*. Coalición Internacional del Hábitat.
- Sierra Cote, M. (2014). *Análisis de metodologías para implementar responsabilidad social empresarial en las pymes: una visión desde las pymes colombianas*. Bogotá: CESA.
- Sundin, E. (2015). *Sustainability indicators for Small and Medium-sized Enterprises in the transition to provide Product-Service Systems*. ELSEVIER.
- Tracey, J. (2004). *Determinación de la necesidad de mercados rurales*. En *Planificación y diseño de mercados rurales(3)*. Roma, Italia: FAO.
- Vilanova, M., & Dinarés, M. (2009). *Gestión de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las pymes. Modelo de indicadores de RSE para pymes*. Instituto de Innovación Social.