



Al servicio
de las personas
y las naciones



Guía adaptada de asistencia al emprendimiento en negocios verdes Metodología En Marcha Digital



MODULO 1 CONOCIMIENTO Y ANALISIS DEL MERCADO

Primero vamos a revisar algunos consejos prácticos sobre cómo entender mejor el mercado de su negocio, y en función de ello poder referenciar y conocer mejor a sus clientes principales y también a sus competidores. Debemos además para ello, entender de mejor manera cuál es la percepción que tienen sus clientes sobre el producto y cómo puede establecer de forma más precisa el precio del mismo.

1.A

Referenciar clientes, proveedores y socios



De inicio se plantea referenciar a los clientes, proveedores y socios, con sus datos de contacto principalmente, creando una red de interacción continua y dinámica, fortaleciendo relaciones comerciales mas estrechas.

Se recomienda elaborar un registro de información de principales clientes y proveedores que incluya:

- ✓ Nombres, dirección, localización
- ✓ Actividad a la que se dedica
- ✓ Producto, servicio de preferencia/vinculo con el negocio.
- ✓ Volumen de producto manejado
- ✓ Frecuencia de compra/interacción

1.B

Caracterizar grupo de clientes objetivo principal



Una vez referenciados los clientes, se recomienda identificar las características mas evidentes de éstos, lo cual ayuda a definir a quienes tengo mayor oportunidad de vender, focalizando mejor la oferta del producto.

Cuál y cómo es el tipo de cliente que mas demanda mi producto?

- ✓ **Identificar al cliente objetivo te ayuda a aumentar las oportunidades de ventas**
- ✓ **Identificar al cliente optimiza tus esfuerzos comerciales**
- ✓ **Identificar mi tipo de cliente ayuda a dimensionar mejor mis metas y campo de acción.**

Actividades prácticas

Completemos el registro de información y descripción de mis clientes y proveedores para identificarlos mejor nos podemos guiar en los videos para entender mejor

Actividades 1.A y 1.B	Herramienta	Recursos de apoyo
Referenciar clientes, proveedores y socios	<p><u>Herramienta 1.A</u></p> <p>Registro Excel de clientes, proveedores y socios.</p>	<p><u>Videos:</u></p> <p><u>¿Qué es un segmento de Clientes?</u></p>
Caracterizar grupo de clientes objetivo principal	<p>Objetivo: La herramienta permite referenciar a los participantes de la cedan de valor y clientes fortaleciendo las relaciones</p>	<p>Este video muestra consejos para definir su segmento de clientes objetivo, pequeños grupos con características similares, revísalo.</p> <p><u>Entender mejor al cliente</u></p> <p>Video que muestra como entender mejor al cliente</p>

1.C

Obtener la percepción del producto y servicio



Se debe entender mejor, el cómo se percibe el producto ofertado desde el punto de vista de los clientes, para saber cuáles son las características fuertes y débiles de mi oferta, procurando mejorar su sentido de “valor”.

Los atributos que tienes que tomar en cuenta para evaluar la percepción del cliente sobre el producto son:

- ✓ Precio, Calidad, Utilidad
- ✓ Prioridad del producto para su actividad.
- ✓ Situación comparativa con productos similares
- ✓ Valor del beneficio “verde”

Actividades
prácticas

Completemos el registro de
percepción del producto consultando
con un un grupo pequeño de clientes
de confianza como ven al producto
según los diferentes aspectos

Temática	Herramienta
Obtener la percepción del producto y servicio	<p data-bbox="1386 672 1671 708"><u>Herramienta 1.C</u></p> <p data-bbox="927 722 1523 758">Registro de percepción de clientes</p> <p data-bbox="927 772 1302 808">Incluye evaluación de:</p> <ul data-bbox="983 822 1268 1108" style="list-style-type: none">• PRECIO• CALIDAD• UTILIDAD• PRIORIDAD• ALTERNATIVAS• VALOR VERDE <p data-bbox="927 1122 2033 1269">Objetivo: Se Desea conocer cómo se evalúa al producto desde el punto de vista de los clientes, en función de establecer futuras medidas de mejora.</p>

1.D

Análisis de competidores y riesgos



- Resulta muy útil caracterizar y comparar a los principales competidores para así, conocer mejor mi posición en el mercado, identificando fortalezas y debilidades.
- Es importante además identificar los riesgos mas probables para el negocio con perspectiva futura, y así pensar medidas de prevención y solución

- ✓ ¿Que factores diferencian a mis productos de los competidores?, precios, atención, calidad, distribución, experiencia, etc.
- ✓ Se debe identificar la probabilidad futura de riesgos que posiblemente afecten al negocio como: inestabilidad de la demanda, precios, situación sanitaria, fenómenos naturales, inseguridad, esto permite tener mejor previsibilidad y afrontarlos de mejor manera

Actividades
prácticas

Completemos el registro de competidores
identificados y la previsión de riesgos
para prever de mejor manera
afectaciones posibles al negocio

Temática	Herramienta
Análisis de competidores y riesgos	<p data-bbox="1388 792 1719 835"><u>Herramienta 1.D</u></p> <p data-bbox="912 906 1847 949">Registro de competidores y previsión de riesgos</p> <p data-bbox="912 1021 2178 1235">Objetivo: Conocer las características principales de los competidores, las posibles estrategias de ventaja. Además conocer y prever los riesgos mas probables vinculados al negocio, evaluando posibles medidas de contingencia.</p>

1.E

Determinar el precio del producto y/o servicio



- Para definir correctamente el precio del producto, es necesario un cuidadoso análisis de costos desagregados por componente, para establecer el costo total.
- Adicionalmente al costo se deben considerar las nociones de precio por “competencia” y precio por “valor que otorga la demanda” para equilibrar mejor el precio final.

Variables a considerar para establecer el precio:

- ✓ **Costos:** desagregar cada costo que interviene en el proceso de obtención del producto (materia prima, empaque, insumos, publicidad, trabajo, costos de empaque y entrega)
- ✓ **Competencia:** se debe considerar además de los costos, los precios y características de la competencia tanto en producto sustitutos como complementarios que estén disponibles en el mercado en el que me manejo.
- ✓ **Valor desde la demanda:** adicionalmente se debe tener en cuenta el cómo la demanda de este tipo de producto valora su obtención y consumo.

Actividades
prácticas

Revise los videos de recomendaciones
para que usted pueda calcular
correctamente el precio de su producto

Temática	Recursos de apoyo
Determinar el precio del producto y/o servicio	Video recomendaciones para el cálculo de precios Objetivo: El video esta enfocado en entender las consideraciones mas importantes para establecer el precio de los productos
	Video de estrategia de precios desde la perspectiva verde Objetivo: Para el caso específico de negocios verdes el video muestra cómo diseñar estrategias de precios desde esta perspectiva.
	Video de percepción de valor del producto Objetivo: El video muestra cómo identificar cual es la percepción que el cliente puede tener sobre el valor del producto, elemento importante que incide en la definición del precio, particularmente importante en el caso de productos verdes.



Al servicio
de las personas
y las naciones



Guía adaptada de asistencia al emprendimiento en negocios verdes Metodología En Marcha Digital



MODULO 2 COMERCIALIZACIÓN Y RELACIONAMIENTO

En el módulo 2, los consejos fundamentales se centran en aspectos de identificación de las principales actividades del negocio, especialmente aquellas con “características verdes”. Además de tratan estrategias para incrementar ventas y ampliar segmentos de clientes como organizar un catálogo de productos, cómo crear estrategias de promoción, integración en comercio electrónico, entrega de pedidos e incluso como adaptar formas de pago alternativas, para mejorar el servicio del negocio.

2.A

Organizar las actividades clave del negocio



Es importante Identificar, catalogar y secuenciar las actividades que se realizan dentro del negocio, identificando los puntos críticos y oportunidades de mejora en el proceso. Para el caso de negocios verdes se pueden identificar las actividades con buenas prácticas ambientales.

Entre las áreas mas importante de todo negocio, en base a las que se construye un esquema de organización están:

- ✓ Adquisición, Transporte y manejo de insumos
- ✓ Organización y mantenimiento de inventarios, m.p.
- ✓ Procesos de generación del producto final
- ✓ Procesos administrativos
- ✓ Comercialización y distribución del producto
- ✓ Procesos de manejo de información financiera

Se recomienda que el negocio identifique sus propios procesos y actividades de forma organizada y secuencial

12 ÁREAS DE LAS EMPRESAS EN ETAPA DE FUNCIONAMIENTO ÓPTIMO

GESTIONAR
fácil
by Platzilla

1 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 

2 LIDERAZGO Y TOMA DE DECISIONES 

3 ANÁLISIS DEL ENTORNO 

4 MERCADEO Y VENTAS 

5 PRODUCCIÓN Y OPERACIONES 

6 MEDIO AMBIENTE Y RIESGO LABORAL 

7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 

8 CONTABILIDAD Y FINANZAS 

9 TALENTO HUMANO 

10 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN 

11 GESTIÓN DE LA CALIDAD 

12 GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN 

Mapa de procesos de una empresa de confección

GESTIONAR
fácil

Procesos estratégicos



Procesos clave

Diseño de las prendas

Corte

Confección (costura)

Revisión de la prenda

CLIENTES →

→ CLIENTES



Procesos de soporte

Compras de materia prima

Control de la calidad

Gestión financiera

Mantenimiento y control del equipo

Gestión de RR HH

Actividades
prácticas

Completa lo mas
posible la
herramienta de
procesos del
negocio

Temática	Recurso de Apoyo
<p>Organizar las actividades del negocio</p>	<p><u>Video: como sistematizar tu negocio</u></p> <p>Objetivo: En base a las áreas principales de su negocio procure identificar y organizar las actividades que lleva adelante el negocio, y en lo posible, resaltando aquellas que tienen relación con procesos amigables con el medio ambiente (ejem. reutilización de insumos)</p>

2.B

Crear un catálogo completo de productos y/o servicios



Herramientas para crear catálogo:

<https://youtu.be/T-ycAgQVKzo>

<https://youtu.be/0Wy7QWoN63A>

<https://www.flipsnack.com/es/templates/catalogs>

<https://www.youtube.com/watch?v=NnAVenpcQOs>

Para captar el interés de clientes en el mercado es importante proveer información a clientes y socios, sobre la oferta completa de productos que presenta el negocio y sus principales características, resaltando las virtudes diferenciadoras y “verdes” de los mismos.

Para completar un catálogo de productos podemos incluir información como:

- ✓ Información de detalle, precio, presentaciones, disponibilidad
- ✓ Debe resaltar los beneficios/cualidades “verdes” para posicionar mejor el producto en los gustos del cliente

1. Diseño alineado con la identidad de marca
2. Portada llamativa
3. Imágenes profesionales
4. Jerarquización de productos según relevancia
5. Descripción detallada de tu producto servicio

Actividades
prácticas

Completa un catalogo
con todos los
productos mas
importantes que
ofrece tu negocio

Temática	Herramienta
<p>Crear un catalogo completo de productos y/o servicios</p>	<p><u>Herramienta 2.B</u></p> <p>Catalogo de productos ofertados</p> <p>Objetivo: Se pretende detallar un listado completo de productos ofrecidos en el negocio, con sus respectivas características para mejor conocimiento de la oferta por parte del cliente. Resaltar aquellos productos con virtudes “verdes” o diferenciadoras especialmente.</p>

2.C

Conformar paquetes de descuento y promoción



Se debe elaborar una estrategia de oferta de paquetes promocionales de los productos a fines de ganar mayor interés en los clientes e incrementar ventas. Grupos de productos de una misma sección que en conjunto puedan ofertarse a un menor precio para ganar en función del volumen.

Evaluar si se puede establecer alguno de los siguientes beneficios para el cliente:

- ✓ Descuento por volumen o compra de varios productos
- ✓ Beneficios adicionales de entrega, crédito comercial, yapa
- ✓ Atención prioritaria, beneficios especiales de negociación



Actividades
prácticas

Lea el siguiente blog
para que conozca
sobre opciones de
promoción

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Conformar paquetes de descuento y promoción	<p><u>Herramienta 2.C</u></p> <p>Formato para armar promociones y canastas</p> <p>Objetivo: Agrupar productos en un paquete promocional para impulsar las ventas bajo determinados beneficios dirigidos al cliente.</p>	<p><u>Blog 10 promociones mas habituales</u></p> <p>Referencias a los tipos de promociones mas habituales en los negocios</p>

2.D

Integración en canales de comercio electrónico



<https://www.yaesta.com/>
<https://www.mercadolibre.com.ec/>
<https://tiendabox.ec/>
<https://www.olx.com.ec/>

Se motiva al negocio a que realice un acercamiento a los medios digitales para realizar publicidad o ventas directas del producto en portales especializados.

Fotografías, detalle de características de producto, destaque de beneficios en redes sociales y portales como OLX, Mercado Libre ayudan a incrementar ventas y contactar nuevos clientes

Se recomienda:

- ✓ Incorporación de perfiles y catálogos virtuales descriptivos del producto
- ✓ Investigar en internet posibles nichos de clientes
- ✓ Uso de whatsapp, Facebook market, OLX, Mercado libre
- ✓ Tiendas virtuales especializadas, comunicación efectiva

Actividades
prácticas

Revise este formato
para verificar sus
acciones en este
tema

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Preparar integración en canales de comercio electrónico	<u>Herramienta 2.D</u> Formato para canales electrónicos Objetivo: Recomendar y verificar las acciones mas usuales para posicionar un negocio en medios digitales	<u>Guía posicionamiento en redes sociales</u> Revise aquí una breve guía para manejo de redes sociales para microempresa

2.E

Manejo de pedidos y cobros digitales



Se puede facilitar y optimizar el manejo de pedidos usando herramientas digitales para recibir solicitudes como el whatsapp o mensajería Facebook, y paralelamente incorporar opciones de pago digital que faciliten el relacionamiento con el cliente y el proveedor.

Considere los siguientes aspectos para optimizar inventarios y pedidos:

- ✓ Posibilidad de recepción de pedidos por medios digitales (whatsapp, mensajería instantánea)
- ✓ Verificación y control de disponibilidad de inventario
- ✓ Facilitar entregas con aliados (delivery)
- ✓ Habilitar cuentas digitales para transferencias electrónicas
- ✓ Analizar la incorporación del sistema de pago por tarjeta (crédito, débito) o medios alternativos como Paypal.



Opciones a revisar

<https://monkeyplusbc.com/blog-marketing-digital-ecommerce/boton-de-pago-para-una-tienda-online-ecommerce-en-ecuador.html>

<https://www.datafast.com.ec/>

Actividades
prácticas

Complete la herramienta de
recepción de pedidos y revise
el video y guía para fortalecer
su actividad

Temática	Recursos de apoyo
<p>Estrategias de entrega de pedidos y formas alternativas de cobro digital</p>	<p><u>Video introductorio manejo de pedidos</u> Mirar el video y tomar aspectos principales</p> <p><u>Guía para entrega de pedidos</u> Se ilustran los pasos, actividades mas importantes en el proceso de entrega de pedidos</p> <p><u>Video introductorio formas de pago</u> Mire el video para tomar e cuentas opciones de cobro adicionales</p> <p><u>Guía para adaptar formas de pago digitales</u> Objetivo: Incorporar metidos de pago digitales al giro del negocio para facilitar el relacionamiento con los clientes</p>





Al servicio
de las personas
y las naciones



Guía adaptada de asistencia al emprendimiento en negocios verdes Metodología En Marcha Digital



MODULO 3 ORGANIZACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO

Este módulo apunta a que se realice un registro de movimientos financieros más cuidadoso y útil, así mismo se trata de que la información financiera sirva para interpretar de mejor manera el desempeño del negocio, y tener más claro como identificar y evaluar los aspectos a mejorar.

3.A

Control de ingresos, gastos y deudas



Es fundamental contar con un correcto manejo de registros de todos los ingresos surgidos del ejercicio del negocio, así como también los gastos incurridos de forma específica y separada, previendo con ello además flujos futuros y posibles desfases en el manejo financiero.

Se recomiendan las siguientes actividades:

- ✓ Registrar rubros desagregados para ingresos y gastos en tres escenarios, alto, regular y bajo según ventas, en expectativa de actividad (temporadas altas y bajas)
- ✓ Entender de forma precisa la diferencia entre rubros de egresos y poner atención a las variaciones del mercado en el periodo
- ✓ Evaluar la diferencia ingreso – gasto, puntual y total, en determinados periodos y al final de todo el ejercicio
- ✓ Estar pendiente de fechas de pago de cuotas, intereses, plazos totales de compromisos de deudas adquiridos.

Actividades prácticas

complete la herramienta de adopción de registro de ingresos y gastos en base a los videos de apoyo

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Control de ingresos, gastos y deudas	<p>Herramienta 3.A</p> <p>Registro de Ingresos y Gastos</p> <p>Objetivo: identificar, separar y registrar para seguimiento y evaluación los principales ingresos y gastos del negocio al detalle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Video control de ingresos y gastos <p>Muestra cómo realizar una correcta planificación y presupuesto de compras</p>
	<p>Herramienta 3.A1</p> <p>Registro de deudas</p> <p>Llevar un registro detallado de valores totales y periódicos que cumplir o recibir por deudas y cuentas por cobrar, contar con un rubro de contingencia para estas obligaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Video diferenciación entre costos y gastos <p>Breve video de la diferencia entre costos y gastos, tener claro que incide en mayor forma</p>

3.B

Entender el detalle de la inversión necesaria para el negocio



Se puede especificar el nivel de incidencia y finalidad de la inversión, entendiendo de mejor forma, que tan claro es el enfoque de ésta en las actividades de valor agregado del negocio. Y en el caso de inversiones verdes, que genere impacto ambiental positivo.

Se recomienda:

- ✓ **Establecer el vinculo del rubro invertido con aspectos de mejora del negocio, cómo impacta en el incremento en ventas, valor agregado y fortalecimiento de impactos positivos ambientales.**
- ✓ **Priorizar y justificar el uso de recursos provenientes de créditos verdes, u otras fuentes enfocadas en medio ambiente.**

Actividades
prácticas

Si usted ha planteado o
pensado invertir en mejorar
su negocio, elabore el
registro de inversiones para
enfocar su utilidad

Temática	Herramienta
Detalle de la inversión verde	<u>Herramienta 3.B</u> Registro de Inversiones a realizarse Formato útil para el microempresario en función de priorizar y enfocar recursos de inversión hacia bienes y servicios que fortalezcan su negocio verde, útil también en cuanto a justificar recursos desde créditos verdes

3.C

Cálculo de utilidad y pérdidas



Llevar un registro contable organizado en un estado de resultados, con los rubros mas claros y detallados, permite una evaluación mas completa y real del estado del negocio en su operación comercial .

Para el correcto cálculo de utilidad y pérdidas:

- ✓ Se plantea registrar los rubros de ventas, costo de ventas, gastos incluyendo sueldos, gastos financieros, producción, cálculo de impuestos, etc. de forma semanal, mensual y anual.
- ✓ Se establece una herramienta específica a llenarse con cálculo automático para apoyar el ejercicio

Actividades
prácticas

Revisar el video de apoyo
paso a paso y elaborar un
estado de resultados del
negocio.

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Cálculo de utilidad y pérdidas	<u>Herramienta 3.C</u> Estado de Resultados Objetivo: permitir al emprendedor una evaluación mas clara de sus ganancias y pérdidas, en base a un registro estructurado	<u>Video PyG paso a paso</u> Video que muestra la secuencia de llenado de un estado PyG y sus principales consideraciones

3.D

Cálculo de punto de equilibrio



Entender mejor la incidencia de los rubros de costos y conocer el nivel de ventas mínimo requerido para no perder en el ejercicio, es muy importante el momento de manejar decisiones del negocio.

El Punto de equilibrio o nivel de ventas mínimo se puede usar para establecer la meta fundamental del negocio.

- ✓ Se utiliza una herramienta Excel para diferenciar claramente costos variables y costos fijos, su correlación con los volúmenes de venta registrados y el cálculo automático del punto de equilibrio para cubrir dichos costos.



Actividades prácticas

Revisar el video de apoyo paso a paso para cálculo del punto de equilibrio y elaborar la herramienta 3D, es importante separar costos fijos y variables

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Calculo de punto de equilibrio	<u>Herramienta 3.D</u> Costos y punto de equilibrio Objetivo: Conocer el nivel de ventas mínimo que necesita tener el negocio para cubrir con los costos mas esenciales, diferenciar de manera correcta el peso de los costos.	<u>Video de costos y punto de equilibrio</u> Video que ilustra de forma breve cómo calcular el punto de equilibrio



Al servicio
de las personas
y las naciones



Guía adaptada de asistencia al emprendimiento en negocios verdes Metodología En Marcha Digital



MODULO 4 FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN VERDE DEL NEGOCIO

En este módulo se enfocan consejos directos hacia el mejoramiento y/o mejor posicionamiento de la imagen del negocio y de sus productos desde la perspectiva de clientes, proveedores y socios, abarcando más posibilidades de mercado, incursionando con eficiencia en redes sociales, portales de comercio electrónico, medios digitales adicionales. Manteniendo para ello un discurso de valor que potencie al negocio. El enfoque principal gira hacia los negocios verdes pero puede aplicarse al valor agregado de cada negocio según sus propias particularidades o enfoque.

4.A

Presentación del negocio e identificación diferenciadora



Se puede considerar dar al negocio y a sus productos una imagen centrada en su impacto positivo o característica de ventaja (en el caso de negocios verdes basados en cuestiones ambientales) de acuerdo a la categoría de actividad. Esto permite posicionar mejor su oferta de valor frente a otros competidores y productos

Se recomienda:

- ✓ Revisar y presentar los aspectos diferenciadores del negocio y/o producto.
- ✓ Incluir en un formato de presentación los datos más importantes del negocio, para contacto y relacionamiento con clientes, proveedores y socios.
- ✓ Resaltar las características, ventajas e impactos positivos del negocio

FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN VERDE DEL NEGOCIO

ASPECTOS INTERESANTES A TOMAR EN CUENTA

- Una pequeña historia (muy resumida) de la evolución de nuestra empresa, sus principales hitos o los logros conseguidos.
- Cuéntale lo que haces y Háblale de tu equipo. Explícale a qué te dedicas y como lo haces. Cómo entiendes tu negocio y cómo entiendes la relación con tus clientes
- Háblale de tus logros. Puedes comentar alguna experiencia real con alguno de tus clientes de la que te sientas particularmente satisfecho
- No olvides tus puntos fuertes.
- Se honesto.
- Céntrate en las necesidades del cliente,
- Olvida las características, ¡céntrate en los beneficios de tu producto!,
- Cuenta historias de tus clientes.

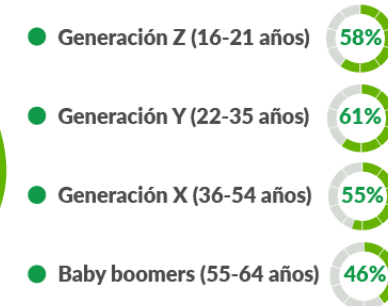
EL MARKETING VERDE EN CIFRAS

Ingresos pronosticados para el mercado de productos sostenibles en 2021: \$150 millones

Millennials que prefieren sostenibilidad antes que el precio: 66%

Personas en EE. UU. que pagarían más por un producto sostenible: 47%

Personas que pagarían más por productos ecológicos según su generación



Entidades o personas sobre las que recae la responsabilidad por el futuro del medio ambiente

- Individuos / consumidores: 70%
- Fabricantes / organismos de producción: 52%
- Gobierno nacional: 50%
- Gobierno local: 41%



Categorías de productos más investigadas por los consumidores con conciencia ecológica

- Productos de limpieza para el hogar: 73%
- Productos de cuidado personal: 73%
- Comida: 61%
- Dispositivos electrónicos: 49%



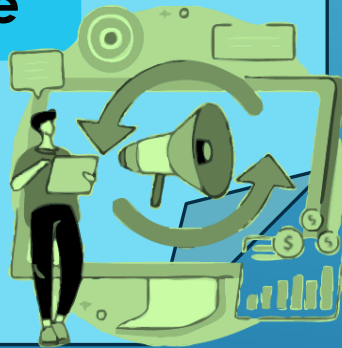
Actividades
prácticas

Revisar y completar la
plantilla de presentación
del negocio

Temática	Herramienta
Identificación de la línea verde del negocio	<p><u>Herramienta 4.A1</u></p> <p>Plantilla de presentación del negocio</p> <p>Objetivo: elaborar una presentación del negocio y sus principales productos, enfoque de negocio e imagen, además de poder identificar, desde el punto del emprendedor, los aspectos diferenciadores que marcan una ventaja del negocio respecto a otros (en términos de valor de producto)</p>

4.B

Creación de una imagen comercial verde



**Revisar y plantear alternativas de nombre de negocio y productos (marca), logotipo, presentaciones de productos y lema/slogan acorde a la imagen de identificación de valor agregado del negocio.
En función de ello destacar y diferenciarse de otros negocios de la competencia.**

Se recomienda:

- ✓ Escoger cuidadosamente el nombre de negocio y productos de acuerdo al vínculo directo con su actividad y beneficios, nombre corto, fácil de recordar
- ✓ Adaptar la línea gráfica, imagen y logo del negocio y productos en un sentido homólogo, siempre cuidando el sentido de beneficios ambientales
- ✓ Establecer un lema de comunicación (slogan) que describa el principal aspecto de identidad verde del producto.

FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN VERDE DEL NEGOCIO



Al servicio
de las personas
y las naciones

Actividades
prácticas

Utilizar los recursos de apoyo
como referencia para criterios de
mejora de imagen y tomar en
cuenta además la guía de
actividades

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Creación de una imagen comercial verde	<p><u>Herramienta 4.BCD</u></p> <p>Guía de actividades de fortalecimiento</p> <p>Objetivo: Enfocar los aspectos de imagen del negocio en una perspectiva verde, atractiva y diferenciada.</p>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Generador de marca</u>• <u>Generador de logo</u>• <u>Generador de lema</u> <p>Portales de generación automática de nombres de marca, logotipo de imagen y lema de negocio</p>

4.C

Posicionamiento de la marca en medios digitales



Establecer una plataforma de difusión comercial del negocio y sus productos mediante los medios digitales, incluyendo perfiles, formatos y catálogos impartidos a través de whatsapp, Facebook particular, Facebook colectivo (grupos), Instagram, twitter entre otros

Se recomienda:

- ✓ Crear un perfil del negocio, en redes sociales, de acuerdo al grupo objetivo de clientes que se maneja en cada una.
- ✓ Establecer comunicación constante en las redes y portales, integrar a las mismas a clientes, proveedores y aliados estratégicos .
- ✓ Resaltar las ventajas e impactos positivos del negocio en su calidad verde

RECOMENDACIONES BASE

Cuentas

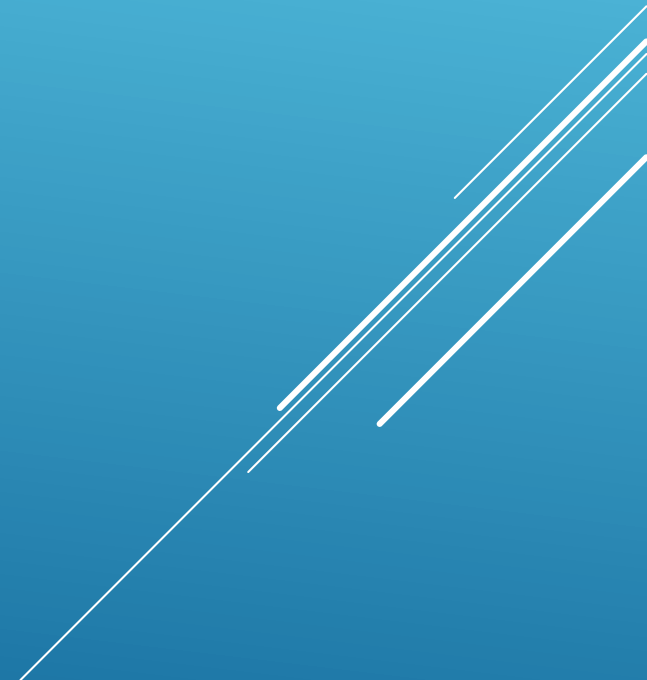
- Buscar e invitar seguidores clave
- Seguir y comentar a cuentas clave en mi negocio
- Integrar grupos afines a los intereses del negocio
- Usar etiquetas y tendencias asociadas al negocio

Posteos

- Regular posteos en aspectos de frecuencia y contenidos
- Postear temas de interés general y útiles, relativos al negocio
- Cuidar imagen frente a acontecimientos políticos, religiosos, deportivos, etc.
- Matizar posteos con toques graciosos, léxico cercano
- Tratar de responder todos los correos y llevar una interacción personalizada con clientes

Complementarios

- Videos llamativos breves, de buena calidad
- Fotos de buena calidad
- Organización de contenidos
- Promociones y beneficios relacionados a las publicaciones
- Pautar en redes sociales





Starbucks Puerto Rico

@StarbucksPuertoRico

- Inicio
- Información
- Tiendas
- Eventos
- Notas
- Fotos
- Publicaciones
- Videos
- Comunidad

Crear una página

Me gusta Seguir Compartir

Starbucks Puerto Rico está aquí: Hacienda La Esperanza, Manatí.

9 de agosto de 2019 · Campanilla ·

Felices de ser parte de los amigos de Para la Naturaleza a favor de la siembra de árboles nativos. Hoy disfrutamos de una de sus hermosas reservas, mientras aprendíamos a clasificar árboles y tomábamos adiestramientos para continuar sirviendo a nuestra comunidad. #ExtraShotOfGood #CommunityLeaders #ParaLaNaturaleza



60

7 comentarios 8 veces compartido

Enviar mensaje

Pregunta a Starbucks Puerto Rico

"¿Qué tipo de comida sirven?" Preguntar

"Quiero ver el menú." Preguntar

"¿Dónde están?" Preguntar

Escribe una pregunta...



Our Story

Todo comenzó con una tienda en el VSJ. Hoy día, contamos con 28 tiendas en San Juan, Guaynabo, Cagua...

Ver más

Comunidad Ver todo

Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 101.652 personas les gusta esto

102.039 personas siguen esto

Información Ver todo



verdeverditia • Seguir
Verditia, tu punto ecológico

verdeverditia ¿Te preguntas que papel de baño usar?

Papel blanco NO ❌, estos papeles pasan por procesos de blanqueamiento con químicos tóxicos: dañinos para ti, tu familia y el planeta. Opta por papel de fibras de celulosa recuperadas biodegradables 🌱 El papel que te ofrecemos es 100% ecológico, por su origen y por su proceso de producción. Fabricado con fibras de celulosa recuperadas biodegradables y orgánicas, grado alimenticio.

Depositalo en la taza del baño sin preocupaciones 🙌✅ Resistente y rendidor

307 Me gusta

27 DE ENERO

Añade un comentario...



Posteos de vinculación con iniciativas

Posteos de explicación de alternativas

FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN VERDE DEL NEGOCIO

Actividades
prácticas

Revisar los recursos de apoyo además de la guía de actividades y registrar los avances en la imagen del propio negocio

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Posicionamiento de la marca en medios digitales	<u>Herramienta 4.BCD</u> Guía de actividades de fortalecimiento Objetivo: Enfocar los aspectos de imagen del negocio en una perspectiva verde, atractiva y diferenciada.	<ul style="list-style-type: none">• <u>Guía para manejo de redes</u>• <u>Video contenidos digitales</u> Portales y videos para manejar de forma adecuada los portales y redes virtuales del negocio con los clientes

4.D

Identificar e ilustrar impactos positivos verdes



Para resaltar el valor de los productos, es importante saber comunicar los beneficios derivados del giro del negocio y sus prácticas, cuál es el impacto positivo del consumo de los productos, cuáles son los factores diferenciadores del negocio.

En función de lo mencionado se recomienda:

- ✓ Escoger las principales variables y parámetros que reflejan el impacto positivo del negocio, de ser posible en aspectos ambientales (ahorro de agua, energía, manejo de residuos, economía circular, etc.)
- ✓ Definir la forma como se puede evidenciar ese impacto (midiendo, contabilizando, en base a percepción de clientes, registrando resultados en salud, conservación, calidad, etc.)
- ✓ Exponer los resultados de la evaluación de impactos en ejemplos, indicadores, etc.

FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN VERDE DEL NEGOCIO



Al servicio
de las personas
y las naciones

Actividades
prácticas

Revisar y analizar que parámetros planteados en la herramienta aplican para el negocio y si se puede calcular un indicador, utilizar el video de apoyo para referencia.

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Identificar e ilustrar impactos positivos verdes	<p><u>Herramienta 4.BCD</u></p> <p>Guía de actividades de fortalecimiento</p> <p>Objetivo: Enfocar los aspectos de imagen del negocio en una perspectiva verde, atractiva y diferenciada.</p>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Video de indicadores ambientales básicos</u> <p>Permite identificar que información puede tomarse en cuenta para evaluar e ilustrar el impacto positivo ambiental del negocio.</p>



Al servicio
de las personas
y las naciones



Guía adaptada de asistencia al emprendimiento en negocios verdes Metodología En Marcha Digital



MODULO 5 ASPECTOS TRANSVERSALES DEL NEGOCIO

Este modulo compuesto trata 3 temáticas transversales y muy importantes para el desempeño del negocio, protocolos de seguridad sanitaria, prácticas internas de cuidado ambiental con actividades básicas como optimización en el uso de recursos y manejo de residuos. Además, un tema muy importante de practicas de igualdad, sensibilización y planificación de género, en función de asegurar el espacio y respeto necesario a las mujeres colaboradoras. Clientas y socias del negocio.

5.1

Establecer un Protocolo completo de bioseguridad

Asegurar la eliminación máxima posible de riesgos de contagio y contaminación por el virus del Covid-19, actuando en los procesos internos, relacionamiento con clientes, proveedores y aliados y la manipulación del producto.

Se recomienda:

- ✓ Incluir Normas de distanciamiento físico entre colaboradores y clientes
- ✓ Desinfección constante de equipos, insumos y maquinaria para la producción
- ✓ Normas de lavado de manos periódica
- ✓ Eliminación adecuada de desechos
- ✓ Uso de mascarilla constante
- ✓ Proceso de limpieza y orden en cada proceso del negocio



Actividades
prácticas

Revise la Guía de
medidas sanitarias e
implemente en su
negocio

Temática	Herramienta
Protocolos de seguridad sanitaria	<p><u>Herramienta 5.1</u></p> <p>Guía de medidas sanitarias</p> <p>Serie de aspectos a tomar en cuenta para reducir al mínimo el riesgo de contagios por Covid-19</p>

5.2- BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES INTERNAS

5.2.A

Optimización de uso de recursos



Racionalizar el uso de recursos, en particular agua, energía, combustibles, insumos, materiales plásticos, etc. Incorporar un monitoreo básico del uso de recursos para disminuir su consumo de forma periódica

- ✓ De ser posible establecer mediciones del uso de estos recursos en base a la facturación, medidores, registros de producción, etc y evaluar su uso en el tiempo

5.2.B

Elaborar un plan para manejo de residuos

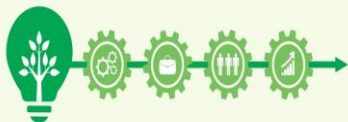


Reducir, reciclar y reutilizar residuos en base a una correcta clasificación e incluir actividades de economía circular para su mejor aprovechamiento y eliminación.

- ✓ La separación de residuos desde su origen es esencial, adquiriendo compromisos de cumplimiento entre sus colaboradores

5.2.C

Fortalecer acuerdos con proveedores limpios



incentivar la priorización de acuerdos con socios estratégicos y proveedores que cumplan estándares verdes de producción.

Actividades prácticas

Para lograr un proceso mas completo de prácticas ambientales positivas complete las herramientas de consumo de recursos, manejo de residuos y proveedores limpios así como sus recursos de apoyo

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Optimización de uso de recursos	<p><u>Herramienta 5.2.A</u></p> <p>Optimización en uso de recursos Objetivo: identificar actividades y practicas que nos ayudaran a optimizar recursos en nuestro negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <u>Guía para buenas prácticas ambientales</u>
Plan de manejo de residuos	<p><u>Herramienta 5.2.B</u></p> <p>Puntos de producción de residuos Objetivo: identificar los procesos y actividades que mas generan residuos para implementar medidas de control</p>	<p><u>Video de las 3 R,</u> reciclar, reducir, reutilizar</p>
Fortalecer acuerdos con proveedores limpios	<p><u>Herramienta 5.2.C</u></p> <p>Registro de proveedores limpios Objetivo: contar con opciones variadas de proveedores de insumos verdes, que sigan la misma línea de respeto al medio ambiente. Fortalecer la imagen del producto verde</p>	-

5.3- IGUALDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN

5.3.A

Compromiso de respeto e igualdad de género



Establecer una serie de acuerdos y actividades enfocados en el respeto de la participación de la mujer, sus derechos y prioridades, e incluso el manejo familiar de sus responsabilidades y oportunidades en el negocio

- ✓ Tomar muy en cuenta los criterios y recomendaciones de las mismas mujeres vinculadas al negocio, tanto colaboradoras como clientas, son quienes mejor pueden identificar necesidades de género.

5.3.B

Sensibilización interna en género y prácticas de igualdad



Planificar sesiones colectivas de sensibilización entre colaboradores del negocio para aspectos de violencia, acoso, machismo, micromachismo, discriminación y otras afectaciones a la mujer.

A partir de los criterios de sensibilización aprendidos, extender las prácticas de igualdad hacia los demás actores de la cadena (clientes, proveedores, socios, familia), discutir ejemplos palpables regularmente.

- ✓ Especificar de forma concreta acciones de prevención, solución y reforzamiento de cuidado hacia las necesidades de igualdad de género

5.3- IGUALDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN

Actividades prácticas

Complete las herramientas 5.3.A Y 5.3.B revisando para ello los recursos de apoyo (videos) correspondientes

Temática	Herramienta	Recursos de apoyo
Elaborar un compromiso de respeto e igualdad de género	<p><u>Herramienta 5.3.A</u></p> <p>Guía de igualdad de género Compilado de los aspectos mas importantes a considerar para transversalizar el concepto de igualdad de género en el negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Video roles de género</u> • <u>Video Igualdad de género</u>
Plan de sensibilización interna en género	<p><u>Herramienta 5.3.B</u></p> <p>Formulario de autodiagnóstico de género Matriz de evaluación de situación actual de igualdad de género en el negocio, parâmetros descriptivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Video formas de violencia contra las mujeres</u>
Prácticas de igualdad en la cadena de valor		