



**Guía para
emprender
en verde:**

Cómo empezar un
plan de negocio

Ejemplos de
emprendedores
verdes

Seis consejos
para dar el salto





Miguel Sánchez Galindo*

Cómo empezar un plan de negocio

LÍNEAS BÁSICAS PARA TRANSFORMAR UNA IDEA AMBIENTAL EN UNA EMPRESA, A PARTIR DE LOS CONTENIDOS DEL ESPACIO GREEN JOBS CONAMA-EOI

Sintetizar las características que debe tener un plan de negocio para que una idea pueda transformarse en una empresa o proyecto sostenible que permita al emprendedor conseguir sus objetivos puede realizarse desde una perspectiva teórica o práctica, lo ideal sin duda es conjugar ambas.

Las bases de un buen plan de negocio pueden encontrarse en abierto en multitud de guías de creación de empresas y de realización de planes de negocio de las universidades más prestigiosas del mundo, éstas además son fácilmente complementadas con multitud de recursos audiovisuales tanto de redes formales como informales de apoyo al emprendedor que ofrecen aproximaciones sectoriales, tecnológicas y de modelo de negocio que ayudarán a tener buenas referencias a la hora de desarrollar un plan.

Como punto de partida y siguiendo la definición de la "guía para realizar un plan de negocio" (EOI, A. Fernandez 2012 en www.eoi.es) el plan de negocio o de empresa es un documento, entendido como conjunto de recursos con diferentes soportes, donde el emprendedor o empresario plasma su reflexión estratégica y detalla información relacionada con su empresa, con un fin múltiple:

- **Diseñar el proyecto empresarial.** Es la oportunidad de pulir estrategias y equivocarse bajo un entorno controlado de riesgos, examinando la empresa desde todas las perspectivas (sus objetivos, estrategias, políticas, etc.). De esta manera, se puede contemplar de antemano la viabilidad del proyecto y los posibles problemas que pueden surgir en su implantación. En

este diseño es muy recomendable incorporar técnicas de *Design Thinking* o pensamiento de diseño, proto-tipado y, sobre todo, utilizando la posibilidad que hoy tenemos de creación de redes, estar en contacto desde el momento del diseño con posibles futuros consumidores.

- **Reflexionar y controlar.** Al poner en marcha una empresa pueden surgir elementos no previstos y si se cuenta con un plan de empresa es más fácil analizar e integrar estas novedades. Además, puede utilizarse como elemento de control, comprobando si la evolución de la empresa responde a lo previsto, y debe utilizarse como base del resto de las planificaciones.
- **Comunicar y vender.** Es importante como herramienta de comunicación con posibles socios, inversores y clientes. Las entidades financieras y los posibles inversores aportarán dinero sólo si les convence el plan empresarial (y el emprendedor o grupo de emprendedores que lo plantea), ya que a partir de él podrán analizar el posible riesgo que contraerían y los potenciales beneficios esperables. Hoy en día con un acceso al crédito cada vez más complicado para proyectos privados el plan de negocio es fundamental para el éxito en la captación de financiación.

La mayor utilidad del plan de empresa es para el propio emprendedor, pero cuando se debe mostrar a terceros debe realizarse con especial cuidado, prestando atención no sólo a la solidez del contenido sino también a su presentación, intentando hacerlo atractivo y fácil de leer, haciendo un buen uso de gráficos o cuadros

ilustrativos, incluyendo resúmenes ejecutivos que faciliten su rápida lectura y comprensión y seleccionando la información a transmitir remitiendo los datos secundarios a anexos del informe principal.

Para una adecuada elaboración del plan de negocio, es aconsejable seguir un proceso lógico en el que del análisis de la situación se extraigan las conclusiones que sirvan de base para el diseño del negocio:

- **Concepción del Negocio:**
Idea de Negocio / Viabilidad previa
- **Análisis Estratégico:**
Análisis externo / Análisis interno / Análisis DAFO
- **Formulación Plan de Actuación:**
Plan de Marketing, Plan de Operaciones, Plan de Organización y RR.HH, Plan de Tecnologías de Información y Plan Económico-Financiero

De cada etapa se extraerán una serie de conclusiones que permitirán avanzar en las siguientes etapas. Es decir, a partir de una idea de negocio se debe realizar una evaluación previa de su potencial viabilidad antes de pasar a desarrollar un análisis estratégico que permitirá definir el modelo de negocio de la empresa.

Como se señala al inicio, además de contar con abundante bibliografía sobre cómo realizar un plan de negocio, es importante incorporar la perspectiva práctica a la hora de iniciar la elaboración de un plan. Este propósito fue el que persiguieron la Escuela de Organización Industrial y la Fundación Conama con el diseño del [Espacio Green Jobs EOI - Conama](#).

En este espacio dedicado al empleo verde y a los emprendedores, se incluyeron cuatro actividades en las que todo emprendedor debe tomar parte a la hora de desarrollar un plan de negocio: **Aula**, que replica la formación necesaria para todo emprendedor y donde se impartieron sesiones sobre los hitos principales del plan de negocio; **Taller de emprendedores**, donde se contó con la participación e interacción con ponentes y otros emprendedores; **Networking**, zona de intercambio de experiencias; y **Asesoramientos**, en el que expertos ofrecieron asesoramiento de forma gratuita, gracias a la financiación de instituciones como el Fondo Social Europeo. Si no tuviste ocasión de participar puedes vivir parte de la experiencia con los vídeos, materiales y entrevistas del [Espacio Green Jobs EOI-Conama](#). En las conclusiones de estas jornadas (resumidas en el blog <http://blogs.elpais.com/green-jobs/>) podemos encontrar buenos consejos a tener en cuenta para desarrollar un plan de negocio:

Sobre la idea, Juan Pastor señala que lo importante es responder a “**qué aporta de nuevo y qué le diferencia de los demás**” para asegurarnos de su viabilidad en el fu-



Fondo documental

Documentación y videos de Green Jobs Conama-EOI

→www.conama2012.org/emprendedores1

349 reuniones empresariales en un día y medio en Conama 2012

→www.conama2012.org/emprendedores2

Un regalo a emprendedores verdes

→www.conama2012.org/emprendedores3

Plataforma de Liderazgo Sostenible, organizada por Idea Sustentable (AE-16)

→www.conama2012.org/emprendedores4

turo. Lograr tener una buena idea implica generar muchas y desechar las menos interesantes.

A partir de una buena idea Fidel Batalla nos explica [cómo se elabora el plan](#). En esta planificación quizá una de las más importantes es la financiera ya que determinará la viabilidad económica del proyecto, debe girar en torno a cuatro variables bien definidas, como son los ingresos esperados, costes de vender, costes de producir y otros costes, entre los que se podrían encuadrar los salarios, empezando por el nuestro. De hecho, en este punto, se aconseja no dejar para nosotros el dinero que quede de restar gastos a ingresos, sino que es más que recomendable ponernos un sueldo como el resto de empleados.

Una vez que tenemos la idea y hemos elaborado una estrategia de viabilidad, es el momento de sentarse a configurar [una narrativa clara, directa y emotiva que transmita los objetivos y los valores](#) de esa propuesta de valor. En opinión de María Calvo la presentación de un plan de negocio se basa en cuatro pilares: **significado, estructura, simplicidad y pasión**. De este modo, ha asegurado que lo primero que debemos tener claro, es dónde queremos llegar, qué objetivos tenemos. Y, a partir de ahí, conocer a la audiencia, qué les interesa a los inversores para adaptarnos a ellos en su lenguaje y ofrecerles los contenidos que más les interesen, centrados en tres puntos: el equipo que conforma el proyecto, con qué tecnología contamos o qué perspectivas de crecimiento ofrece el plan que estamos presentando... sin olvidar el factor medioambiental.

Como conclusión y como se ha podido apreciar no hay excusas para desarrollar un buen plan de negocio (hay abundante bibliografía, casos prácticos -seguramente cercanos a tu idea de negocio- y recursos en abierto que pueden servirte de base para realizar tu Plan) **tan sólo hay que esforzarse con pasión y dedicación**.



60:38

El primer paso: La idea de negocio

Vídeo del primer taller sobre los hitos de un plan de negocio, impartido por el profesor de la EOI Juan Pastor.

→www.conama2012.org/emprendedores5



59:44

La elaboración del plan de negocio

Vídeo en el que Fidel Rodríguez, profesor de la EOI, explica cómo elaborar un plan de negocio (segundo taller).

→www.conama2012.org/emprendedores6



3:43

Cómo presentar y comunicar nuestro proyecto a otros

Vídeo en el que María Calvo, profesora de la EOI, habla de cómo presentar nuestro proyecto (tercer taller).

→www.conama2012.org/emprendedores7



4:25

“Es un excelente momento para emprender en un mercado nacional o internacional”

Vídeo en el que Juan Pastor, profesor de la EOI, explica cómo el momento actual es buena oportunidad para emprender en verde.

→www.conama2012.org/emprendedores8



3:46

“El mejor momento es cuando todo el mundo te dice que es imposible”

Vídeo en el que Antonio Fontanini da más pistas a los emprendedores: “La principal barrera que hay que romper es el miedo al fracaso”, comenta.

→www.conama2012.org/emprendedores9



4:23

“Las ideas en sí no valen nada, lo que vale es ponerlas en marcha”

Vídeo en el que Fidel Rodríguez, profesor de la EOI, da algunas claves para emprender. “Calcula, mide y arriesga”, recalca.

→www.conama2012.org/emprendedores10



67:47

La viabilidad económico financiera de un proyecto

Vídeo de la cuarta sesión del taller sobre los hitos de un plan de negocio, impartida por el profesor de la EOI Fidel Rodríguez.

→www.conama2012.org/emprendedores11



67:45

Un plan de marketing para el proyecto

Vídeo de la última sesión del taller sobre el plan de negocio dedicado al plan de marketing, impartida esta vez por Antonio Fontanini.

→www.conama2012.org/emprendedores12



114:43

Clase abierta de innovación e iniciativa emprendedora

Clase abierta de la EOI sobre innovación y creatividad, en la que Agustín Valentín, responsable del portal de empleo Enviroo, cuenta su experiencia como emprendedor.

→www.conama2012.org/emprendedores13

Sonia Castañeda*

Protagonistas de la nueva economía

EJEMPLOS DE EMPRENDEDORES VERDES PERTENECIENTES A LA RED EMPRENDEVERDE DE LA FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD

En la actual situación económica, es imprescindible la transición a una nueva economía “verde” porque el camino hacia la sostenibilidad implica a todos los sectores económicos y obliga a hacer una revisión profunda de nuestras estructuras productivas. En este nuevo modelo de desarrollo hacia el que debemos dirigirnos, las empresas están llamadas a desempeñar un papel clave como motores de una nueva economía baja en carbono y ambientalmente sostenible. Una economía que aporte bienestar a nuestra sociedad y garantice el futuro de las generaciones venideras.

Es el momento de adoptar un modelo de negocio competitivo e innovador que nos permita generar beneficios a múltiples niveles. Un modelo de negocio rentable, que aporte beneficios a la sociedad y al medio ambiente.

Dentro de esta nueva economía verde hay muchas piezas indispensables: las empresas que con su actividad contribuyen a mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero, minimizar la contaminación o preservar la calidad del aire que respiramos; empresas que fomentan el reciclado de residuos; que ponen en el mercado productos ecológicos de alta calidad elaborados con las más avanzadas y cuidadosas técnicas agrícolas y ganaderas; empresas que producen energía limpia o que prestan servicios de ahorro y eficiencia en la gestión de los recursos más necesarios y escasos, como el agua o la energía. Son actividades muy diversas y que tienen su peso específico en la economía global y en la de nuestro país.

Buen ejemplo de estas iniciativas empresariales son las que forman parte de la [Red emprendeverde](#), que la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente puso en marcha hace ya más de un año. El objetivo de la Red es facilitar el contacto con inversores, allanando su camino en la búsqueda de vías para su financiación y puesta en marcha, y apuntalando sus cimientos para que puedan crecer y generar el mayor número de empleos posible.

Generar energía de la manera más eficiente o reducir el consumo de la misma, es la clave de negocio de empresas como [Onyx Solar](#), cuyo lema es “la mejor energía es la que no se gasta”. Esta empresa abulense, dedicada a la fabricación de materiales fotovoltaicos para su integración en edificaciones, cuenta con un equipo de 23 trabajadores.

En el ámbito de la eficiencia energética destacan otras dos empresas como [Eco2next e Imener](#), que trabajan en buscar

soluciones económicas y ecológicas para el ahorro de eficiencia energética en bloques de vecinos, o en el aprovechamiento de restos de poda como biomasa, respectivamente.

Son emprendedores que confían en que las oportunidades relacionadas con el desarrollo sostenible están en actividades ligadas a la generación de energía a pequeña escala, a través de fuentes renovables.

Otro caso de empresa dedicada al ahorro energético, en este caso en el alumbrado público, es [Lumínica ambiental](#), iniciativa que incorporara aspectos medioambientales en la gestión del alumbrado exterior, que implica directamente un ahorro en el coste de inversión, de explotación y de consumo de energía. Pero también contribuye a la conservación de la biodiversidad ya que muchas especies animales (casi el 60%) son de hábitos nocturnos y por ello tienen durante la noche su máxima actividad, por lo que necesitan la oscuridad.

Y es que el binomio empresa y biodiversidad es muy importante, por ello debemos identificar las oportunidades de negocio cuando la biodiversidad está integrada correctamente en las operaciones empresariales. El sector empresarial puede contribuir a un desarrollo económico compatible con su conservación.

Muestra de ello son otros casos de éxito de la Red emprendeverde, como [KAI Marine Services](#), que ha lanzado una nueva línea de negocio expediciones marinas a bordo de barcos de investigación, que persiguen mejorar el estado de conservación del medio marino. También [Abella Lupa](#), que produce miel ecológica de alta calidad conservando el patrimonio rural relacionado con la apicultura.

Todos estos emprendedores demuestran que en nuestro país existen suficientes profesionales capacitados para arriesgar y asumir nuevos retos, que reúnen condiciones para hacer del emprendimiento verde una oportunidad real en la generación de empleo y riqueza.

El espíritu emprendedor, la ilusión, la motivación, el esfuerzo, la constancia y la convicción de querer contribuir a mejorar el mundo en que vivimos son las armas con las que estos profesionales se lanzan a buscar nuevas oportunidades y a explorar nuevos mercados y campos de actividad. Con su trabajo ponen de manifiesto que las empresas verdes son una oportunidad de negocio real. Gracias a ellos, se contribuye a preservar nuestro derecho, como individuos y como sociedad, a un medio ambiente sano. Estos emprendedores son los protagonistas de la nueva economía.

*Sonia Castañeda es directora de la Fundación Biodiversidad

Santiago Molina*

Seis consejos para dar el salto

PREMISAS DE PARTIDA PARA EMPRENDER EN VERDE, SEGÚN EL COORDINADOR DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE EMPRENDIMIENTO DE CONAMA 2012

El espíritu emprendedor está cada día más presente en el sector ambiental. Aunque el proceso puede parecer a priori complejo, tenemos más recursos que nunca para hacer frente a este reto y contamos con infinidad de herramientas que pueden permitirnos aprovechar nuestras habilidades y conocimientos. Claro que siempre es interesante tener en cuenta algunas premisas de partida. Con la ventaja que me da haber entrado en contacto con un buen número de emprendedores coordinando el grupo de trabajo de creación de empresas en Conama 2012, haber asesorado en la puesta en marcha de numerosos proyectos y haberme embarcado en alguna que otra empresa en los últimos años, me permito compartir algunas que entiendo de obligada consideración:

- **Imprescindible facturar.** La pongo en primer lugar porque creo sinceramente que es la más importante de las premisas. Está bien que trabajemos en la imagen de marca, que apostemos por el networking y que asistamos a todos los eventos de emprendedores verdes que se organizan en España pero todo lo que podamos hacer estará condenado en el tiempo si no somos capaces de garantizar una mínima viabilidad económica y si no podemos hacer frente al pago de las facturas.

y la verdadera relevancia está en la forma en la que la llevamos a cabo y en las personas detrás de ella.

- **La imprescindibilidad del plan de negocio.** El emprendedor suele esforzarse en la reducción del gasto cuando a lo que debería prestarle atención es al balance. La mejor forma de no gastar es no hacer absolutamente nada pero si pretendemos desarrollar una actividad en el sector tenemos que prever cómo vamos a financiar los gastos en los que incurrimos y dar por supuesto que en el horizonte deberemos obtener unos ingresos que nos permitan hacerles frente. Para eso debería servir el necesario plan financiero y todos los elementos que formarán parte del plan de negocio: para establecer una hoja de ruta que nos ayude a avanzar en la búsqueda de nuestros objetivos. El plan de negocio es imprescindible.
- **Necesidades formativas.** Con frecuencia nos empeñamos en complementar nuestra formación en nuestro propio ámbito de conocimiento y en poder ofrecer más y mejores servicios a nuestros potenciales clientes. La experiencia nos dice que probablemente sea en la puesta en marcha de negocios, en la potenciación



Informe

Consulta aquí el informe realizado por el grupo de trabajo 8 (GT8) de Conama 2012 sobre 'Emprendimiento, creación de empresas y generación de modelos de negocio en el sector ambiental', coordinado por el Instituto Superior del Medio Ambiente (ISM)

→ www.conama2012.org/emprendedores14

- **Necesidad de liquidez.** Está en consonancia con la primera de las consideraciones. Si no tenemos ingresos en el corto plazo, necesitaremos contar con un capital mínimo que nos permita hacer frente a las primeras etapas de este viaje. Y si no es el caso, tendremos que pedir un préstamo o buscar inversores u otras fuentes de financiación externa. No es malo no tener liquidez en origen. Lo verdaderamente catastrófico es no tenerlo previsto y dar por supuesto que obtendremos ingresos tras los primeros dos o tres meses de andadura.
- **La importancia de la idea es relativa.** Afortunadamente, no necesitamos dar con la idea que ha de revolucionar el mercado ambiental. Se pueden obtener resultados excepcionales ofreciendo de forma más adecuada servicios ya existentes o complementando con creatividad e innovación productos que ya están en el mercado. La idea tiene en realidad muy poca importancia

de nuestras habilidades comerciales y en el desarrollo de una mayor capacidad de gestión donde debemos concentrar esfuerzos. Merece la pena tenerlo en cuenta.

- **El momento.** Uno nunca es demasiado joven para emprender una nueva etapa ni demasiado viejo para no aprovechar su experiencia en su propio beneficio. Cualquiera que se plantee dar el paso pensará si el momento es el adecuado y si no es demasiado pronto en unos casos o demasiado tarde. ¿Quieres saber cuándo es el mejor momento? El mejor momento es ya. Mejor hoy que mañana y mejor antes que después.

Obviamente hay muchos más aspectos a valorar, pero ninguno supondrá dificultad si tienes claro estos seis puntos. ¿Tienes ganas, tienes motivación y tienes claro que flexibilidad, tenacidad y capacidad de adaptación son aspectos clave hoy en día? Todo lo demás, es secundario.



El secretario de Estado de Medio Ambiente, Federico Ramos, junto al promotor de effiPeople, durante el acto de entrega del premio.

Entrevista a Emilio Bravo | Promotor de EffiPeople

“El desarrollo inicial del primer año lo tiramos casi entero a la basura”

ENTREVISTA A EMILIO BRAVO, PROMOTOR DE EFFIPEOPLE, EL PROYECTO EMPRENDEDOR PREMIADO POR CONAMA 2012, QUE CONSIDERA QUE LO MÁS COMPLICADO ES DAR EL PRIMER PASO

Para mostrar su apoyo a los emprendedores verdes, en la edición de 2012 del congreso el dinero dedicado normalmente al regalo de los ponentes fue entregado esta vez a un proyecto de emprendedurismo. [Entre tres candidatos](#), los propios ponentes de Conama 2012 eligieron como ganador a [effiPeople](#), un proyecto de empresa orientada a la eficiencia energética en cuyo desarrollo trabaja desde hace dos años el valenciano Emilio Bravo.

Pregunta. En su presentación, effiPeople ofrece una nueva relación entre las compañías eléctricas y los usuarios. ¿En qué consiste esto?

Respuesta. Ofrecemos dos niveles de servicios. En un primer nivel básico, ofrecemos que los clientes de una compañía eléctrica reciban junto a la factura un informe energético personalizado. El problema de los usuarios es que no tienen referencias, no saben si sus 120 euros de electricidad es mucho o poco. Nosotros le damos información para que pueda compararse con otra gente con un perfil energético similar. Además, en ese informe que entregan las compañías a sus clientes incluimos recomendaciones personalizadas para reducir el gasto. El segundo nivel de servicios es la plataforma online, que busca también mejorar el vínculo entre los usuarios y las compañías, con propuestas que den valor a ambas partes. Esta plataforma permite a las compañías conocer a sus clientes para mejorar su relación con ellos con información en tiempo real.

P. ¿Cómo surge la idea del proyecto?

R. Esto surge en enero de 2011, pero nuestro modelo de negocio no se parece en nada a la idea inicial; como suele pasar con muchos otros proyectos emprendedores. Tienes una idea, la empiezas a testar con el mercado y el mercado te hace ir dando giros y reenfocándola. En nuestro caso, al principio la plataforma iba dirigida a los usuarios finales, tenía un enfoque totalmente distinto. Entre eso, y algunos problemas que tuvimos, en enero de 2012 tuvimos que empezar casi desde cero. No es que fuera un tiempo perdido, pero el desarrollo inicial del primer año lo tiramos casi entero a la basura. Ahora el modelo de negocio ha mejorado mucho, porque no solo aporta valor a los usuarios, sino también a las compañías, y mejora la relación entre ambos.

P. ¿Y por qué te embarcas en la aventura?

R. Este es mi primer proyecto de emprendedor. He trabajado en otras compañías y en los últimos seis años lo hacía en una multinacional de origen holandés. Ha sido un cambio de aires radical. Llevaba tiempo con ese gusanillo de querer hacer algo propio, crear algo desde cero. No fue algo muy premeditado, simplemente, llegó el momento adecuado.

P. ¿Y qué es lo más difícil para emprender en este sector?

R. Lo más difícil es el primer paso: lanzarte. Resulta complicado acoplarte a esa nueva inseguridad, a la ansiedad que te da el crear algo tuyo, que puede ir bien o

mal. Una vez ya lanzado, sientes una alegría brutal y es un subidón de autoestima. Lo más difícil es dar ese paso, luego todo el mundo dice que si la financiación, que si otro tipo de cosas, pero entiendo que eso es secundario si realmente crees en tu proyecto y estas decidido a apostar por él. Desde luego, no es lo mismo el no poner nada de dinero, poner un poco o apostar más fuerte. Cuando haces esto último, demuestras a organismos, bancos y posibles inversores que estás completamente implicado y decidido.

P. ¿La crisis genera tantas oportunidades como se dice?
R. Una cosa es la cuestión de emprender en general: yo no creo que sea ni mejor ni peor momento que cualquier otro. Pero en nuestro caso confluyen otros factores que nos hacen tener un poco más de moral. Nosotros mezclamos los dos focos de interés más importantes ahora, que son todo lo que tiene que ver con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) e Internet, y todo lo que tiene que ver con la eficiencia y el medio ambiente. Desde nuestro punto de vista, el momento es bueno. Pero no me atrevo a generalizar.

P. Hace poco has estado con la Red emprenderverde en *Silicon Valley*. ¿Qué viste allí?
R. Allí hay un sector en el que, como en todas estas cosas de la tecnología, siempre están un poco más adelantados que nosotros. Ellos lo llaman Cleantech, tecnologías limpias. Y es algo que tiene mucho potencial y en lo que se están haciendo grandes inversiones. Vuelves de Silicon Valley con moral por ver que esto tiene mucho recorrido por delante, pero también apenado por comprobar que allí una empresa de este sector levanta un montón de inversión en muy poco tiempo, mientras que aquí parece algo menos que imposible.

P. ¿Qué supone el premio recibido en Conama 2012?
R. Todos estos premios vienen muy bien. No solucionan el problema de la financiación, pero ayudan un poco y te

dan moral. El enfoque que le dieron en Conama fue además muy bueno, pues la decisión del premio fue de los ponentes: Esto no valida tu modelo de negocio, pero indica que tiene potencial.

👁 Conama 2012 visto por otros

Emprender requiere de narrativa, innovación y pasión (Blog GreenJobs/ElPaís)

→www.conama2012.org/emprendedores15

Emprendedores verdes: de las redes sociales a la huella de carbono (Blog GreenJobs/ElPaís)

→www.conama2012.org/emprendedores16

GT 8, emprendimiento verde y las oportunidades de un sector para aportar valor (Blog Comunidad ism)

→www.conama2012.org/emprendedores17

Los emprendedores verdes grandes protagonistas del Conama 2012 (Red emprenderverde)

→www.conama2012.org/emprendedores18

#Reinventémonos: breve repaso a #CONAMA2012 (Blog Emprendae)

→www.conama2012.org/emprendedores19

Los tuits de Manolo Vílchez @yocambio desde Conama

→www.conama2012.org/emprendedores20



Taller de Speednetworking. En Conama 2012 cerca de una treintena de emprendedores participaron en un taller de "citas rápidas" organizado por la Red emprenderverde. Los emprendedores tenían 4 minutos para charlar o intercambiar tarjetas con otros participantes al término de los cuáles debían cambiar rápidamente de pareja.

Patrocinadores especiales



Patrocinadores



Colaboradores: ECOVIDRIO, Fundación ENRESA, FUNDACIÓN MAPFRE, Grupo TRAGSA

Participantes: Recyclia

Cooperadores: AENOR, Banco Santander, Diputación Foral de Álava, Diputación Provincial de Granada, Diputación Provincial de Valencia, Ecoembalajes España (Ecoembes), Philips TV SIGAUS Sistema Integrado de Gestión de Aceites Usados, SIGNUS Sistema Integrado de Gestión de Neumáticos Usados, SIGRE Medicamento y Medio Ambiente, Unión de Empresas Siderúrgicas (UNESID)