,

FORMATO DE PODCAST

Contenido sonoro estructurado que desarrolla un tema de manera conversacional o explicativa, oportunidad de profundización temática.
Permite incorporar entrevistas, relatos de experiencia o análisis contextual. Está pensado para escucha autónoma.

➔ Útil para: reflexión, contextualización territorial, testimonios y experiencias.

FECHA ELABORACIÓN	**19 de marzo de 2026**
DOCENTE:	**Martha Lucía Franco Laverde**
CURSO:	**Emprendimiento sostenible**
SUBTEMA / MÓDULO:	**Identificación y evaluación de oportunidades de emprendimientos sostenibles en contextos territoriales y de conservación**
TÍTULO	**Canvas sostenible: diseñar negocios con sentido ambiental, social y económico**

Introducción.

Cuando se habla de modelos de negocio, muchas veces se piensa únicamente en cómo una empresa genera ingresos. Sin embargo, en la actualidad esa mirada ya no es suficiente. Los emprendimientos y las empresas también necesitan preguntarse qué impacto tienen en la sociedad, en el ambiente y en los territorios donde actúan.

En ese contexto surge el **Canvas Sostenible**, una herramienta que amplía la lógica del modelo de negocio tradicional e incorpora dimensiones como los impactos sociales y ambientales, el tipo de aliados estratégicos, los recursos sostenibles, el ciclo de vida del producto y la coherencia entre lo que se ofrece y la manera en que se produce.

Por eso, más que una plantilla, el Canvas Sostenible puede entenderse como una forma de pensar el emprendimiento desde una visión más integral, donde crear valor no significa solo vender, sino también aportar al desarrollo sostenible.

Desarrollo.

El punto de partida está en reconocer que un modelo de negocio describe la manera en que una organización crea, entrega y captura valor. Pero, en el caso de los emprendimientos sostenibles, ese valor no puede medirse únicamente en términos económicos. También debe incluir beneficios sociales, responsabilidad ambiental y efectos positivos de largo plazo sobre el territorio.

Precisamente ahí cobra importancia el **Canvas Sostenible**, porque permite diseñar o rediseñar negocios integrando preguntas que en el modelo tradicional no siempre aparecen. Por ejemplo: ¿qué impactos positivos genera el negocio?, ¿qué efectos negativos puede causar?, ¿qué tipo de socios fortalecen la sostenibilidad?, ¿qué recursos y tecnologías son coherentes con el propósito del emprendimiento?, ¿qué ocurre con el producto al final de su vida útil?

Uno de los aportes más importantes de esta herramienta es que invita a pensar el negocio de forma sistémica. Es decir, no solo se analiza el producto o el servicio, sino también toda la red de relaciones, procesos e impactos que hacen posible su funcionamiento. De esta manera, la sostenibilidad deja de verse como algo adicional y pasa a convertirse en un criterio de diseño desde el inicio.

Dentro de sus componentes, por ejemplo, se encuentran los **impactos positivos**, que buscan identificar cómo el negocio puede generar beneficios económicos, sociales y ambientales; y también los **impactos negativos**, que obligan a reconocer contradicciones, riesgos o efectos no deseados que deben reducirse o prevenirse. Esto es importante porque un emprendimiento sostenible no debe idealizarse, sino evaluarse críticamente para encontrar oportunidades reales de mejora.

Otro componente clave tiene que ver con los **socios sostenibles**, entendidos como aquellos aliados que fortalecen la cadena de valor del negocio: proveedores, instituciones, organizaciones comunitarias, universidades o redes de comercialización. Esto recuerda que la sostenibilidad no depende solo de una empresa aislada, sino también de las relaciones que construye y de la coherencia de su ecosistema de trabajo.

También aparecen aspectos como los **recursos y tecnologías sostenibles**, la **creación de valor sostenible**, la **propuesta de valor**, la **relación con clientes responsables** y los **canales sostenibles**. Todos estos elementos ayudan a revisar no solo qué ofrece el negocio, sino cómo lo hace, para quién lo hace y con qué consecuencias. En otras palabras, permiten pasar de una visión centrada en la rentabilidad inmediata a una visión más responsable, estratégica y territorial del emprendimiento.

Además, el Canvas Sostenible incorpora temas muy relevantes como la **vida útil del producto**, los **costos adicionales asociados a la sostenibilidad**, los posibles **subsidios o incentivos** y la llamada **prima de sostenibilidad**, es decir, el valor adicional que algunos clientes pueden reconocer en productos o servicios responsables. Esto muestra que la sostenibilidad no solo es

un compromiso ético, sino también una posibilidad concreta de diferenciación y competitividad, siempre que exista coherencia y valor percibido real en el mercado.

Reflexión final.

El Canvas Sostenible nos enseña que emprender no es únicamente organizar actividades, costos e ingresos. También es tomar decisiones sobre el tipo de impacto que queremos generar y sobre la manera en que un negocio se relaciona con las personas, con los recursos y con el territorio.

Su valor está en que permite mirar el emprendimiento de una forma más completa, más crítica y también más responsable. Ayuda a comprender que un negocio sostenible no se define solo por lo que vende, sino por la coherencia entre su propósito, sus procesos y sus efectos.

Para cerrar, vale la pena dejar una pregunta abierta: **si diseñáramos todos los emprendimientos pensando no solo en ganar dinero, sino también en cuidar el ambiente, fortalecer la comunidad y generar valor compartido, cómo cambiarían nuestros modelos de negocio y nuestras formas de desarrollo?**

Texto de ampliación de información del subtema por medio de socialización de experiencias, estudio de caso, situaciones problema, etc, de máximo 500 palabras.