

LA OPORTUNIDAD LA PINTAN VERDE

Agricultura ecológica, restauración de espacios naturales o rehabilitación de edificios son sectores que aúnan el cuidado del entorno y permiten ganar dinero. Por B. Elías

El cuidado del medio ambiente no sólo es una forma de vida, también es una alternativa de negocio. A los emprendedores verdes se les presenta un amplio abanico de posibilidades para poner en marcha una empresa. Las oportunidades se encuentran actualmente en la *ecoinnovación*, las nuevas tecnologías verdes, el ahorro y la

eficiencia energética, la construcción sostenible, las energías renovables y en la producción y distribución de productos ecológicos. En 2010 se crearon más de 900.000 empleos en el mercado de las energías renovables en la Unión Europea. En concreto, el ámbito de la biomasa generó 273.000 puestos laborales; la ener-

gía solar fotovoltaica, 268.110, y la eólica, 253.145. No obstante, el sector verde todavía es un reto. «Las empresas no son conscientes de la importancia de incluir en su estrategia la variable medioambiental», advierte Marcos López-Brea, profesor del área de medio ambiente, energía y sostenibilidad de la EOI.

Agricultura ecológica, rehabilitación de edificios o restauración de espacios naturales son negocios que en los últimos años están despertando el interés en los emprendedores, de acuerdo con la Fundación Biodiversidad. «La máxima sostenible que se persigue es el equilibrio entre el medio ambiente, la sociedad y la gestión económica.

Habitualmente no se ha mantenido tal equilibrio, y a la parte medioambiental no se le ha dado importancia. Sin embargo, esta tendencia está cambiando», explica Gonzalo González, coordinador de Emprender para Conservar.

De este modo, la mayor concienciación por el cuidado del entorno está transformando los modelos de negocio y hace que las nuevas empresas piensen en verde. López-Brea sostiene que «la transición hacia una economía baja en carbono premiará a aquellas compañías que sean sostenibles y aprovechen las ventajas de ser más eficientes; mientras que las que no lo sean serán penalizadas».



Lucía Molet. / EL MUNDO

> DESCUBRIMIENTO...

'COACHING' EN LA NATURALEZA

Lucía Molet se dedica al 'coaching' personal y al desarrollo de personas. Hace dos años y medio ella y su pareja fueron a vivir a una finca en el bosque de la Herrería, El Escorial (Madrid). La unión de las facetas personal y profesional hizo nacer Descubrimiento en el bosque (www.descubrimientoenelbosque.com).

En este negocio se imparten talleres de *coaching* para grupos, se realizan excursiones guiadas y se ofrece un menú casero para «descubrir quién eres, qué quieres y saber cómo lo vas a conseguir», explica Molet, quien añade que «en este lugar te desprendes de todo, y las personas profundizan en contacto con la naturaleza».

La inversión no fue elevada (menos de 1.000 euros); en este caso el problema estuvo en encontrar clientes. «Tienes que dar con un servicio que responda a una necesidad real y urgente». La clave no está sólo en tener una buena idea: también hay que saber transmitirla.



David Martín. / JOAN PUIG

> ECO2NEXT

COCHES ELÉCTRICOS A PUNTO

David Martín era directivo en una multinacional del automóvil pero siempre quiso tener su propio negocio relacionado con la sostenibilidad. En 2010 arrancó Eco2Next (www.eco2next.com), una empresa que se dedica a la reducción del gasto eléctrico en los servicios generales de edificios residenciales y a la gestión de la recarga de vehículos eléctricos en los parkings comunitarios.

Su modelo de negocio ecológico se basa en cobrar sólo una parte del ahorro que se obtiene al reducir el gasto eléctrico: «Aseguramos un mínimo de un 10% de ahorro en facturas a lo que se añade aproximadamente otro 20% en mantenimiento», explica Martín. El reto, confiesa, «se encuentra en gestionar todo lo relacionado con la recarga de vehículos eléctricos». La llegada de los primeros clientes fue lo más duro: «Hemos recurrido a los contactos. Nuestro servicio es como regalar caramelos a la salida del colegio: la confianza es fundamental».



Rubén Valbuena y su mujer. / EL MUNDO

> GRANJA CANTAGRULLAS

DE LA ONU A LA QUESERÍA

La búsqueda de una vida más austera y relajada y el hecho de sacar adelante la granja familiar propició que Rubén Valbuena dejase su labor como consultor internacional en la ONU para dedicarse a Granja Cantagrullas (www.grajacantagrullas.com), en Valladolid.

Junto con su mujer y otro socio comenzaron con la actividad en septiembre de 2011: «Vimos una oportunidad en la elaboración de quesos con leche cruda de oveja. Es un producto singular porque constituye una novedad en el panorama lácteo español al hacerlos con leche cruda y al utilizar tecnología ajena a la región en la que nos encontramos», explica Valbuena. La puesta en marcha de este negocio exigió una inversión elevada que vino, principalmente, de recursos propios y de entidades bancarias. «Ha sido el principal problema. Se solucionó siendo testarudo, llamando a las puertas de agencias de capital riesgo, de inversión privada, banca ética, etcétera».



Carmen González y Thomas Roos. / EL MUNDO

> DINAMO PAPELERÍA

MATERIAL DE OFICINA SOSTENIBLE

En España no había un negocio de papelería que ofreciese productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Carmen González y su socio Thomas Roos vieron una oportunidad y crearon en 2007 Dinamo Papelería (www.dinamopapeleria.es). Esta empresa, que opera por Internet, comercializa productos de papelería que cumplen una serie de criterios ambientales: no están fabricados con PVC, su elaboración no contiene determinadas sustancias y el 80% es reciclado, entre otros.

Filosofía verde para sus productos y para el consumidor. «Quien nos compra lo hace porque está concienciado, o porque tiene que dar determinada imagen», explica González. Dinamo comenzó con una inversión de 50.000 euros: «Una caja de ahorros nos dio 15.000 euros. Fuimos peregrinando de entidad en entidad. El resto del capital lo conseguimos gracias a inversores privados».