

**ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIO AMBIENTAL DE LA POLÍTICA DE
MERCADOS Y NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA (2016-2020)**

EDGAR HERNÁN CAMACHO RODRÍGUEZ

**Trabajo monográfico para optar al título profesional de Administrador Ambiental y de
los Recursos Naturales**

**PROFESOR TUTOR Y DIRECTOR MONOGRÁFICO
DIEGO ALFONSO TORRES BERNATE**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL
FACULTA DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS ABIERTA Y A DISTANCIA
BOGOTÁ D.C., 2020**

AGRADECIMIENTOS

A los directivos de la Universidad, coordinadoras del programa de Administración Ambiental.

Al Coordinador Víctor García del CAU Bogotá por su carisma humanista para orientarme y motivar a seguir adelante en el proceso de alcanzar una meta académica.

A Ligia Lugo por su sentido y compromiso humanista de quien recibí motivación, respeto, aprendí valores y fue referente para formarme con una visión integral y competitiva en el área de la administración ambiental.

Al profesor Diego Alfonso Torres por su orientación académica y direccionamiento ante una prospectiva constructivista de llevar el conocimiento al servicio de la comunidad.

A Néstor Gonzales por su motivación y apoyo espiritual, clave para no desistir y persistir.

A Sonia Rodríguez por sus conocimientos compartidos, su ética y profesionalismo que es un ejemplo a seguir.

A mis compañeros y compañeras de la Facultad de Ciencias y Tecnología, y del programa de Administración Ambiental

DEDICATORIA

A mi maestro interior y sublime.

A mis padres y hermanos que siempre han estado ahí, dispuestos a ayudarme.

A mis mejor amiga y amigo que siempre creen en mí.

A mi ser.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2 JUSTIFICACIÓN	16
2. OBJETIVOS.....	18
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	18
2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3. MARCO REFERENCIAL	19
3.1 MARCO TEÓRICO	27
3.1.1 Los mercados, su estructura y función, en un contexto de producir y consumir.	28
3.1.2 Del consumo al consumismo como factor determinante en los mercados.....	31
3.1.3 Los mercados y la generación de negocios con modelos de economía verde.....	35
3.2 MARCO CONCEPTUAL	36
3.3 METODOLOGÍA.....	40
3.3.1 Método	40
3.3.2 Recolección información.....	41
3.3.3 Instrumento aplicado.....	41
3.3.4 Postura epistemológica.....	42
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
4.1 LINEAMIENTOS DE LA POLÍTICA DE MERCADOS Y NEGOCIOS VERDES PARA EL CRECIMIENTO VERDE EN COLOMBIA.....	43
4.2 IMPACTO SOCIAL DE LOS MERCADOS Y NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA	47
4.2.1 Impacto económico de los negocios verdes entre 2014 y 2019	53
4.2.3 Contribución de las actividades productivas de mercados y negocios verdes en la conservación ambiental y ecológica entre 2018 y 2020.....	58
5. CONCLUSIONES	63
6. RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70

LISTAS DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. contribución de ventas NV (2014-2016).....	54
Figura 2. Categorías de negocios verdes desarrolladas (2014-2016).....	54
Figura 3. Sectores de mayor participación de los Negocios verdes (2016).....	55
Figura 4. Comportamiento de los negocios verdes en Colombia según categoría, sector, subsector y región (2016).	55
Figura 5. comportamiento creciente, progresivo de hombres y mujeres en los NV	56

RESUMEN

La presente monografía aborda como tema de estudio el impacto social y ambiental de los mercados y negocios verdes en Colombia entre los años 2016 y 2020. Este marco temporal denota la mayor implementación de acciones, desde el sector ejecutivo del país, en cuya conforme la política pública para el fomento de los negocios con criterios de sostenibilidad. Por tanto, el objetivo del estudio se centró en analizar el impacto socio-ambiental de la política de mercados verdes. El método de investigación fue cualitativo, sin embargo, se consultaron y obtuvieron algunas cifras que contextualizan la dinámica del tema objeto de estudio. Aspecto que exigió revisar información institucional, así como seleccionar una muestra del 2,4% del total de empresarios verdes inscritos en el portafolio del MADS a quienes se les aplicó una entrevista no estructurada con la cual se obtuvo información primaria. Entre los hallazgos se encontró que los empresarios de negocios verdes, pese a las coyunturas económicas y políticas del país, el modelo de negocios verdes ha sido una alternativa incluyente para las diferentes comunidades en distintos territorios del país, además de lo oportuno para generar empleo directo, incrementar sus ingresos y fortalecer identidades culturales y ambientales, esto debido al apoyo institucional público que ha posibilitado apertura de estos mercados. En cuanto al aporte al ambiente, los negocios verdes sustentan sus actividades mediante criterios de su actividad productiva en un marco de gestión ambiental empresarial para la conservación de la naturaleza en los territorios.

Palabras claves: Mercados verdes, negocios verdes, impacto social, ambiental, políticas públicas, sostenibilidad.

ABSTRACT

This monograph addresses as a subject of study the social and environmental impact of green markets and businesses in Colombia between 2016 and 2020. This time frame denotes the greatest implementation of actions, from the country's executive sector, in which according to the policy public for the promotion of businesses with sustainability criteria. Therefore, the objective of the study was focused on analyzing the socio-environmental of the green market policy. The research method was qualitative, however, some figures were consulted and obtained that contextualize the dynamics of the subject under study. Aspect that required reviewing institutional information, as well as selecting a sample of 2.4% of all green entrepreneurs enrolled in the MADS portfolio to whom an unstructured interview was applied with which primary information was obtained. Among the results, it was found that green business entrepreneurs, despite the economic and political circumstances of, the green business model has been an inclusive alternative for the different communities in different territories of the country, in addition to the opportune thing to generate direct employment, increase their income and strengthen cultural and environmental identities, this due to the public institutional support that has enabled the opening of these markets. Regarding the contribution to the environment, green businesses sustain their activities through criteria of their productive activity within a framework of corporate environmental management for the conservation of nature in the territories.

Key Words: Green markets, green businesses, social and environmental impact, public policies, sustainability.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento demográfico y desarrollo productivo son dos variables que han incidido en todos los ámbitos del comercio internacional (Bloom, 2020). un comercio determinado por la estructura del mercado, cuya base deriva en su mayoría una balanza entre la demanda y oferta. Precisamente la demanda de bienes y servicios se soporta en la disponibilidad de insumos, materias primas, productos transformados, y productos y servicios finales que en su mayoría dependen del uso de recursos naturales. Por supuesto, Colombia no ha sido ajena en este modelo económico e influyó en el resultado de contextos situacionales, nacional, regional y mundial. Al respecto, la década de 2010 al 2020 marcó un diferencial en Colombia respecto de las dinámicas sociales, productivas, económicas y ambientales que antecedieron épocas de otrora, la cuales hoy son más sensibles, proactivas e incluyentes cuando de cuidar y mejorar el ambiente, la naturaleza y la biodiversidad se refiere.

Las determinaciones en materia de consumo, productividad, gestión de procesos y estándares de calidad de los productos y servicios, conforme las necesidades del mercado, tiene una incidencia directa de la política internacional y con ello un resultado de balanza comercial (OCDE, 2019). Además, actualmente la normativa y las políticas públicas relacionadas con la gestión ambiental territorial, toman gran relevancia en las acciones productivas para mitigar o reducir los posibles impactos ambientales. Por tanto, los negocios y actividades económicas lideradas por el sector productivo tienen alta incidencia, más cuando de alcanzar objetivos de conservación de la naturaleza se refiere.

En Colombia distintas actividades económicas y productivas como las del sector agropecuario, minero, industrial, servicios, entre otras, son necesarias para suplir necesidades,

tanto humanas como pecuarias, agrícolas, energéticas, comerciales y otras. No obstante, la manera de hacer las cosas, para el caso la productividad empresarial exige un replanteamiento respecto de la forma tradicional de realizar sus procesos productivos. De hecho, algunos factores como la disponibilidad del recurso hídrico, la estabilidad funcional de los ecosistemas, oferta de servicios ecosistémicos, bienes y servicios ambientales, entre otros, son vulnerables a los procesos extractivos del sector productivo.

No cabe duda que las empresas del sector productivo en el Colombia han representado un factor determinante de impacto competitivo (ANDI, 2019). Precisamente, la perspectiva actual del gobierno nacional con su política de pacto por la sostenibilidad busca “afianzar el compromiso de las actividades productivas con la sostenibilidad, la reducción de impactos ambientales y la mitigación del cambio climático” (DNP, 2018; p.15). Lo anterior exige acciones que acojan procesos sostenibles, limpios y transparentes, con equilibrio entre la conservación de la naturaleza y la producción económica, apuntando a mercados responsables.

En este sentido, el autor del presente proyecto monográfico plantea un análisis de la dinámica de los mercados verdes en el país entre 2016 y 2020, época que delimita la transición de dos gobiernos con políticas de mercados y negocios verdes en un contexto de crecimiento de la economía con sostenibilidad y prospectiva de mercados de consumo más responsables para la conservación ecológica y ambiental.

Por tanto, el proyecto expone el impacto de la política de mercados y negocios verdes en los últimos cuatro años, lo cual exigió identificar los elementos que conforme la política de la agenda pública y de gobierno, contribuyeron al desarrollo y consolidación de negocios verdes en el país. Tal ámbito de estudio categoriza el desarrollo monográfico en dos ejes de impacto,

el primero en la repercusión social-económica, y el segundo en lo ambiental o en la bioconservación.

De esta manera, el estudio aborda un tema de interés y connotación nacional, de injerencia pública, privada, como de injerencia ciudadanía. La monografía en su descripción, aplica nociones del área administrativa y ambiental, así como de un análisis del contexto situacional de los mercados y negocios verdes. De hecho, el resultado del estudio describe la incidencia de las decisiones de una política pública bajo el modelo de negocios sostenibles. Estos hallazgos, sirven como insumo orientativo para el lector final, demás estudiantes del área administrativa, económica y ambiental, incluso como referente de consulta de los emprendedores con iniciativas sostenibles, verdes o amigables con el ambiente.

Cabe señalar que este estudio monográfico, no es un estudio de economía ambiental, ni ecológica, pero, toma algunos datos e indicadores para entender la dinámica del tema objeto de estudio. Tampoco es un estudio de medición específica que apunte a indicadores técnicos, por el contrario, como género monográfico de compilación a partir de información secundaria, se analiza esta con el propósito de dar nuevos aportes. Tal aspecto requirió consultar a distintos empresarios verdes frente a la incidencia de la política pública y participación en el mercado y negocios verdes en Colombia.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estado actual de la naturaleza en el planeta tierra, está directamente relacionado con las acciones antrópicas, las cuales han sido evidentes en sus impactos negativos, dada la presión y disturbios causados a los sistemas ecológicos, las áreas naturales y su componente ambiental. Uno de los aspectos más incidentes que derivan en daños, deterioros o alteraciones ambientales han sido los modelos y prácticas de producción industrial. Si bien estas economías son necesarias para dar respuesta a necesidades sociales, por décadas han ejercido modos operativos, extractivos, productivos y comerciales con una dinámica desequilibrada de la proporcionalidad entre producir bienes y servicios, y el deber de conservar los recursos naturales en los territorios.

Entre las diferentes prácticas industriales, importantes para el desarrollo humano en nuestra sociedad, las agrícolas, mineras, energéticas, manufactureras, obras civiles, entre otras, convergen en una variable común, el consumo. Pero, no solo el que requiere el humano o sociedad, también el que demanda las propias industrias para efectuar sus procesos productivos y operativos, los cuales inciden directamente en las dinámicas, transformaciones y alteraciones del ambiente, desde lo local, regional, nacional con incidencia mundial.

Recientemente, el Informe de planeta vivo de la ONG internacional WWF indica que "en los últimos 50 años, nuestro mundo se ha visto drásticamente transformado por una explosión del comercio global, el consumo y el crecimiento de la población humana" (WWF, 2020, p.6). La relación entre población, producción y consumo produce un efecto en el componente ambiental, pues, los recursos naturales como el suelo, los minerales, el agua, el aire, gran parte de la vegetación y la fauna, son utilizados para distintos procesos industriales, productivos y de

transformación de materias primas, todo ello para suplir necesidades de 7,795 millones de habitantes en el mundo.

Todas las personas en el planeta, demandan necesidades básicas, elementales y de cierta manera fundamentales para su vida y desarrollo, entre ellas alimentos, energía, agua, vivienda, transporte u otras que utilizan los recursos naturales, sean explotados de su territorio o de otra nación. Esta dinámica se refleja en el consumo per cápita de cada nación y configura ello un efecto e impacto ambiental, (Nebel y Wrigth, 1999, Mankiw, 2009).

Según publicación del programa de las Naciones Unidas para el ambiente, entre 1970 y 2017 la población mundial se duplicó, por tanto, el producto interno bruto mundial se cuadruplicó, esto generó un aumento y aceleración de la actividad extractivista de materiales naturales. De hecho, la extracción de recursos pasó de 27.000 millones de toneladas a 92.000 millones de toneladas, como resultado la demanda creció de 7 ton a 12 ton per cápita (IRP, 2019). Estas dinámicas y consumos han contribuido a las transformaciones y perturbaciones de la tierra.

Distintas posiciones de la comunidad científica apuntan a la misma perspectiva, análisis y tendencia crítica en la que el plantea, los territorios y los sistemas naturales han perdido su estructura ecológica, la variación de las funciones ecosistémicas y dinámicas de transformaciones, lo que afecta los indicadores de los servicios ambientales conforme la incidencia del consumismo y los modelos productivos. Al respecto, los efectos del consumismo derivan en contaminación ambiental por la generación de residuos sólidos, vertimientos, emisiones, cambio en el uso del suelo, entre otras, que afectan, alteran o deterioran los recursos naturales, causan pérdida de biodiversidad, transforman el paisaje, las estructuras naturales y con ello las funciones de los ecosistemas (Humboldt, 2019). Siendo el impacto de ello

manifestado en el cambio climático, tales repercusiones modifican el clima, alteran los procesos de agricultura, oferta hídrica, ciclo de nutrientes, así como de irrumpir la dinámica y capacidad de equilibrio ecológico y resiliencia de las áreas naturales ante perturbaciones ambientales (WWF, 2020).

Tal contexto situacional, ha sido una constante en casi todos los países del mundo, en donde Colombia, no es ajena de la presión causada a los recursos naturales, aspecto que llevo a la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico -OCDE- a proferirse en el año 1994 ante las naciones miembros respecto de la importancia de la modificación de los hábitos de consumo de los hogares. Para entonces, la OCDE vaticinaba en sus proyecciones al 2020 la tendencia exponencial de la generación de desechos municipales, el uso de energía, el consumo de agua y otras variables relacionadas con patrones de producción y consumo en la que estimaba necesario establecer políticas orientadas a promover el consumo sostenible que inicialmente tuvo un enfoque desde los núcleos de las familias (OCDE, septiembre, 2002).

El panorama en Colombia frente a la incidencia del consumo y la producción industrial con repercusión ambiental, indicó en varios estudios al cierre de la década del 1990 la necesidad de implementar acciones de política pública para encausar acciones tendientes a prácticas más amigables con el ambiente. En ello, el surgimiento de programas de biocomercio, un plan estratégico de mercados verdes y una Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible en la primera década del 2000 fueron determinaciones hacia el fomento de un modelo propositivo en Colombia, con el propósito de mitigar los efectos ambientales por el uso de los recursos naturales en actividades productivas y de las dinámicas de consumo (Ministerio del Medio Ambiente, 2002).

Luego de 10 años de puesta en marcha, la política de Producción y Consumo Sostenible en el país, los mercados verdes, hoy negocios verdes empezaron a tener una visibilidad en las políticas de cooperación, tanto internacional como local. Aspecto que es relevante ante la necesidad de mitigar los efectos e impactos ambientales en el territorio. Y aquí, el rol de las empresas, junto con el sector productivo fueron determinantes para adoptar procesos con mejores prácticas ambientales, en búsqueda de un desarrollo económico, social y ambiental con criterios que garanticen un ejercicio de la productividad bajo lineamientos en pro de la conservación ecológica y desarrollo social en los territorios.

De hecho, la importancia de conservar los recursos naturales del país o de un determinado territorio, radica en la necesidad de garantizar la sostenibilidad del mismo para las generaciones futuras (Brundtland, 1987). Sin embargo, ante los actuales impactos negativos ambientales causados por la contaminación en los cuerpos de aguas, la deforestación, el cambio en el uso del suelo, las prácticas agropecuarias extensivas, entre otras, han contribuido directa e indirectamente a la pérdida de la biodiversidad, la disminución de caudales y oferta hídrica, la desertización, el cambio climático, y otros que repercuten en lo social y económico. Pero, no solo en Colombia, también en el mundo, para lo cual los gobiernos actuales promueven mecanismos de desarrollo productivo con criterios de responsabilidad ambiental (Gligo, 1997; Fernández & Gutiérrez, 2013) y de precaución ante un posible daño ecológico como lo determina la Ley 99 de 1993

Ante la problemática ambiental en Colombia, derivada de un sistema de producción y consumo bajo un modelo de comercio libre, surgió una política pública para contrarrestar el impacto negativo del consumismo y de la producción sin control ambiental. En esto la gestión institucional del sector oficial ambiental del país estableció políticas, acuerdos, tratados y

convenios internacionales en materia de conservación y protección ambiental, además de gestionar una cooperación internacional de política pública ambiental. Por lo tanto, es oportuno identificar el impacto que los modelos de mercados y negocios verdes han contribuido tanto en lo social como para la conservación y la protección de la biodiversidad en el país.

El fomento de programas de negocios verdes en los últimos cuatro años en Colombia ha tenido una alta visibilidad en espacios de interacción institucional con la comunidad, siendo esta gestión una acción de política pública en torno al desarrollo de empresas sostenibles y el crecimiento verde para la competitividad del país. Según datos de la ONVS del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Colombia cuenta con 1958 negocios verdes, en adelante (NV), 40 ventanillas de NV coordinadas por las CAR, (ONVS, 2017; MADS, 2020). Aspecto que lleva a proponer un análisis de la contribución e impacto que el plan estratégico de mercados verdes y el plan nacional de negocios verdes ha logrado en contextos de lo social y para la conservación de los recursos naturales en el territorio colombiano.

1.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

- ¿De qué manera la política de mercados y negocios verdes en Colombia impactó el contexto social y ambiental entre los años 2016 a 2020?

1.2 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio monográfico como temática centrada en el impacto de los mercados y negocios verdes en Colombia es un tema de análisis que exige una mirada soportada en la política pública. En ello, aspectos como lo ambiental, lo productivo y económico deriva de la transversalidad común del sector público y privado para lograr metas en pro de conservar los recursos naturales, producir para satisfacer las demandas de consumo, tanto humano, como industrial.

El estudio monográfico integra tres componentes (administrativo, social y ambiental) determinantes cuando de abordar negocios o mercados con criterios de sostenibilidad se refiere. Por tanto, el desarrollo del proyecto relaciona diferentes elementos o conceptos del mercado, la oportunidad de negocio, la utilidad de una actividad económica en el modelo de NV, el uso y demanda de distintos recursos necesarios, la planificación, diseño y puesta en marcha de lo productivo, tecnológico, talento humano, entre otros. Aspectos transversales en el campo de lo administrativo con énfasis ambiental, más en un área de análisis moderna como son los mercados y negocios verdes.

Tal enfoque de estudio denota que, en el ejercicio real del administrador ambiental, se requiere una mirada con rigor, sistemática, cuya práctica propenda por garantizar acciones en los negocios verdes o en las industriales convencionales un compromiso con responsabilidad, no solo ambiental, también social y económica, claro está, no sólo para producir, también para compensar por el uso de los recursos naturales en sus procesos productivos.

Así entonces, el tema objeto de estudio monográfico, es relevante teniendo como base que las acciones a desarrollar en las empresas denotan una mirada integral de los procesos

productivos, comerciales, los impactos posibles a causar. Precisamente en Colombia, el actual plan de desarrollo y la política de crecimiento verde, insta a los empresarios y emprendedores de negocios a producir con un enfoque de conservación “producir conservando y conservar produciendo” (Presidencia de la República de Colombia, 2018).

Este estudio monográfico denota un tema de actualidad, inmerso en la agenda pública, política, gubernamental, legislativa e internacional. Aspecto que le permite al estudiante abordar una problemática de interés común para los sectores público y privado, así como del contexto situacional transversal para analizar el impacto de una política que en su finalidad procura la conservación de la biodiversidad colombiana, pero que además insta al desarrollo social y crecimiento económico para los sectores de mercados productivos, así como de la competitividad de la nación en una línea de acciones alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS-.

Finalmente, el desarrollo del estudio permitió en su análisis plantear algunas posiciones conforme los resultados encontrados, para lo cual se aporta elementos prospectivos para futuras investigaciones en el área de referencia.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar el impacto de la política de mercados y negocios verdes en el contexto social y ambiental entre los años 2016 a 2020 en Colombia.

2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explicar los lineamientos de la política de mercados verdes para el desarrollo de negocios con criterios de sostenibilidad y crecimiento verde en el país.
- Identificar el impacto social a partir de la dinámica de mercados y negocios verdes ejercidos entre 2016 y 2020 en Colombia.
- Describir la contribución que las actividades productivas de los mercados y negocios verdes en Colombia generaron en la conservación ambiental y ecológica entre 2016 y 2020.

3. MARCO REFERENCIAL

La problemática ambiental en el mundo, deriva de las acciones que cada país ejerce sobre sus territorios. Aspectos como las transformaciones en el uso del suelo, el cambio de la estructura de los ecosistemas y áreas naturales, así como de la sobre explotación de recursos que superan la capacidad de resiliencia y recuperación de servicios ambientales en las zonas de vida, constituyen algunas de las variables que ejercen perturbaciones al ambiente.

El año 2020 inició la década con una marcada y nefasta pandemia, grandes desastres naturales por incendios en el Amazonas, alteración climática por efectos de la contaminación atmosférica, el deterioro de cuerpos de agua, y la pérdida de hábitats y biodiversidad a causa de deforestación en diversos puntos de la ecosfera. Ante este panorama, Colombia no es ajena y aporta una cuota representativa cuando de considerar los efectos que causa el narcotráfico con la deforestación para cultivos ilícitos, la deforestación de bosques en zonas de importancia ecológica para establecer monocultivos, ganadería extensiva o minería con altos impactos y externalidades con pasivos ambientales.

En complemento, la actividad industrial se suma a lo anterior, de la cual, si bien ésta presta un servicio social y de oferta ante un mercado determinado, no ha sido su modelo económico un componente sostenible ante la realidad cultural, educativa, social y política de Colombia. En esto, un punto a favor para el cuidado del ambiente, ha sido la legislación ambiental colombiana, mediante la cual se ha podido establecer normas a favor de los cuerpos de aguas, los ecosistemas, la biodiversidad, la producción más limpia el consumo responsable, así como de definir planes, políticas y programas que fomentan el cuidado, preservación y conservación del ambiente (Duque, 2013).

A mediados de la década de los años 90 preocupó fuertemente al sector ambiental de Colombia, conformado por el -SINA- Sistema Nacional Ambiental, en cabeza del Ministerio de Ambiente, las diferentes acciones y efectos que sobre el entorno ambiental se estaban generando y afectando con ello. Es decir, la disponibilidad de servicios basados en la naturaleza, los servicios ambientales derivados del ambiente.

Lo anterior, llevó a definir planes, políticas y programas tendientes a abordar un tema paralelo en relación con el deterioro ambiental, la contaminación y la pérdida de estructura y recursos natural en el territorio nacional, esto refería al nivel de consumo, a la cultura de consumismo, y todo lo que se gesta a partir de ello. Por ejemplo, residuos inorgánicos, costos ambientales, externalidades, cambios del suelo, pérdida de recursos, entre otros que crean y acentúan la problemática ambiental. Especialmente cuando las economías de diversos ámbitos productivo en la mayoría de países del mundo consumen sus recursos naturales, sin dar un tiempo prudente, lógico y coherente para regenerarse (Ruiz, 2007).

Ante un panorama de producción industrial y consumo con tendencia cada vez más marcada a una línea de adquisición de insumos, materias primas, transformaciones de recursos, expansión y consolidación de nuevos mercados, pasando de lo local a lo regional, de lo nacional a lo internacional, se generó un comercio mundial en donde precisamente con las negociaciones de los -TLC- Tratados de Libre Comercio, se dejó una puerta abierta para que las industrias produzcan a gran escala y satisfagan necesidades a los mercados y segmentos de interés.

Al respecto, diversas empresas en Colombia han seguido un modelo de producir y comercializar, ligado a una estrategia de marketing, no exclusivamente de satisfacer necesidades básicas, sino hedónicas. De la misma manera, los comportamientos de consumo incitaron a que

el gobierno y actores sociales representados en entidades ambientales tomaran iniciativas frente a cómo mitigar los impactos derivados de un proceso industrial de producción y una dinámica de consumo cada vez más influenciada por una concepción de consumismo.

Y es a partir de lo anterior que en el año 2002 en Colombia se determinó una política ambiental, direccionada hacia el fomento de los mercados y negocios verdes, siendo la base de ello, el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes, en adelante, -PENMV- cuyo objetivo estableció “consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales contribuyendo al mejoramiento de la calidad ambiental y el bienestar social” (Ministerio del Medio Ambiente, 2002; MADS, 2014, p16).

Cabe resaltar la importancia que el programa de Biocomercio impulsado por el Instituto Alexander Von Humboldt junto con el -PENMV-, fueron el preámbulo para definir en el año 2010 una política pública en torno a la producción y consumo responsable en Colombia. Esto impulsó la creación en el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible -MADS- una oficina especializada para abordar el fomento de los Negocios Verdes en el país (Humboldt, 2019). Esta nueva dependencia, ha sido un articulador con las distintas autoridades ambientales en el país, y con el cual se impulsó con mayor fuerza el PENMV, la política de producción de consumo responsable, el biocomercio y la dinámica de responsabilidad frente a la productividad para (producir conservando y conservar produciendo). Este último como lema y objetivo del actual Plan Nacional de Desarrollo del gobierno nacional en su capítulo de pacto por la sostenibilidad (DNP, 2018).

Ahora bien, en la última década el tema ambiental en Colombia, como en otras naciones del mundo, tomó mayor interés por grupos activistas, políticos, instituciones del sector público y privado, la academia, así como de una parte de la ciudadanía debido a la crisis ambiental. Aspectos como la contaminación, el calentamiento global, la pérdida de biodiversidad, la deforestación el uso indiscriminado de plásticos, pesticidas, entre otros, tienen como variable determinante de la contaminación la dinámica de consumo de bienes y servicios por parte de la sociedad. Precisamente, el consumismo en todos sus segmentos, ha puesto en tela de juicio los modelos de la productividad industrial y su economía.

Es claro que, para satisfacer las necesidades humanas, éstas dependen de lo que produzcan las industrias, conformadas por diversos sectores, entre ellas alimentos, vivienda, transporte, energía, turismo, y otras que para producir sus productos y servicios requieren usar distintos tipos de recursos naturales, (agua, suelo, minerales, vegetación, u otros) que están en el ambiente o entorno ecológico. Y dada la dinámica extractiva, afecta los servicios ambientales y la oferta de los mismos cuando se presenta algún tipo de desbalance que compromete la sostenibilidad ambiental, social y económica de un territorio.

Dada la relación entre la producción industrial y las necesidades humanas, la variable común en estas, dirime en el consumo final. En otras palabras, la demanda, la cual exige identificar qué tanto se debe producir respecto de un bien para satisfacer necesidades de un mercado específico. Entendiendo el mercado en un contexto geográfico y de comportamiento que permite identificar qué recursos se demandan para producir, así como de las frecuencias y modelos a implementar en procesos industriales de producción.

En el caso de los mercados y negocios verdes en Colombia, estos han tenido como punto de base la consolidación de un marco a seguir e implementar que posibiliten a aquellas actividades económicas cumplir con determinados criterios que contribuyan a la conservación del ambiente, adopción de mejores prácticas productivas y sostenibles, empleo tanto de insumos como de materias no nocivas para los procesos internos, como en la cadena de valor; además de la transición o cambio de uso de energía limpia para ser más sostenible en sus dinámicas de operatividad productiva.

En este sentido, el objetivo de los negocios verdes va más allá de impactar lo ambiental, o los mercados, también el consumo, le economía y claramente lo social. Sin embargo, se deben aplicar algunos parámetros. De hecho, los criterios que determinan un negocio verde según parámetros de la oficina de NV del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS, agosto de 2016; MADS, 2018) resalta los siguientes criterios:

- Viabilidad Económica del Negocio
- Impacto Ambiental Positivo del Bien o Servicio
- Enfoque de Ciclo de Vida del Bien o Servicio
- Vida Útil
- Sustitución de Sustancias o Materiales Peligrosos
- Reciclabilidad de los Materiales y/o Uso de Materiales Reciclados
- Uso Eficiente y Sostenible de Recursos para la Producción del Bien o Servicio
- Responsabilidad Social al Interior de la Empresa
- Responsabilidad Social y Ambiental en la Cadena de Valor de la Empresa
- Responsabilidad Social y Ambiental al Exterior de la Empresa
- Esquemas, Programas o Reconocimientos
- Ambientales o Sociales Implementados o Recibidos

De acuerdo con lo anterior, existen tres categorías en las que se definen los negocios verdes, representadas primero por: i) eco productos industriales, ii) los bienes y servicios sostenibles, y iii) el mercado de Carbono, (MADS, 2018). Adicional se incorporan a estas categorías ocho sectores que son: los negocios de restauración, biocomercio, agrosistemas sostenibles, aprovechamiento de residuos, fuentes no convencionales de energía renovable, construcción sostenible, bienes y servicios sostenibles, mercado voluntario y regulado cuando de carbono se trata. De esta manera se han segmentado los mercados verdes en Colombia.

Los factores que dieron consolidación a los anteriores mercados verdes derivan de la visión propositiva de una nación competitiva, en la que su punto de acción son los procesos de producción con parámetros de sostenibilidad (DNP, 2018). Un segundo factor es la cultura de responsabilidad que frente al compromiso de adquisición de productos debe forjarse para propender por una demanda que exija a los productores bienes y servicios con procesos certificados de reducción de la huella ecológica frente a sus actividades productivas (OCDE, 2019).

En efecto, los mercados y negocios verdes constituyen relaciones y actividades económicas que ante un intercambio de bienes y servicios generan impactos positivos al ambiente, incorporan buenas prácticas sociales y económicas en un modelo de ciclo de vida para los productos elaborados o servicios prestados, que cuidan y favorece la conservación natural del territorio y la competitividad del país, (ONVS, 2013).

Por su parte, las acciones antrópicas derivadas no tanto por el hombre per se, sino por las fundadas en los modelos industriales que inciden sobre las decisiones de la sociedad, han derivado en efectos colaterales al entorno con grandes impactos ambientales. Es por esta

dinámica que surgen los modelos de negocios verdes en un ámbito de forjar mercados en un contexto de modernización. Esto sustentado en el biocomercio, cuyos ejes dirimen a la producción y comercialización de bienes y servicios basados en soluciones de la naturaleza y servicios ambientales (MADS, 2017). Tal fundamento implica un manejo de ciclo de vida de los productos, contando con procesos que garanticen la menor o nula intervención o afectación a la biodiversidad, favoreciendo su conservación.

Por tanto, el consumo como variable determinante de la demanda de productos y servicios es un factor de análisis para la economía verde, más en un modelo de desarrollo que requiere y exige el cumplimiento de políticas, normas y estándares internacionales (MAVDT, 2009). Así entonces, el comercio de los productos en los mercados verdes tiene un factor paralelo para que los negocios en esta modalidad sostenible surjan y se mantengan en el tiempo, y depende del consumo responsable. Esto es una forma de delimitar la oferta y demanda de la economía de los mercados verdes, en donde confluyen dinámicas de crecimiento verde para las industrias, como para el territorio y la nación.

Los mercados y negocios verdes denotan el deber ser de la actividad económica en la época contemporánea. La perspectiva de las actividades productivas, no solo deben suplir un interés comercial y capitalista, si bien las empresas se crean para producir, crecer, desarrollar y capitalizar en su sector, estas deben ser responsables de su relación con el componente ambiental (Duque, 2013).

Los recursos naturales renovables son más fáciles de recuperar en un corto, mediano y largo plazo, sin embargo, las perturbaciones a gran escala de los negocios industriales tradicionales, así manejen procesos sostenibles, dejan una repercusión que igual toma tiempo reestablecer para

el ambiente. Por tanto, la concepción de hacer negocios verdes, que generalmente se desarrollan en entornos locales con micro o pequeñas empresas, su modelo debería escalar a la connotación de empresas medias y grandes, especialmente las industriales bajo la perspectiva de la economía verde y crecimiento verde (Alarcón, 2016).

Ante el actual panorama económico en Colombia como resultados de la crisis sanitaria por la pandemia en el presente año, han surgido nuevos modelos de emprendimientos en el país, han variado los esquemas de cadena de suministro de algunas industrias y empresas con sus clientes. Y pese a que esto ha tenido un impacto social y económico, es oportuno optimizar la dinámica de ello en la nueva perspectiva de una competitividad de los negocios, en donde el más alineado a los -ODS- objetivos de desarrollo sostenible, son los que empiezan a resistir en un entorno de alta competencia del mercado.

Ejemplo de lo anterior es la economía circular en la que redefinió el concepto de crecimiento en el anterior modelo de “extraer, producir y desperdiciar” por principios de eliminar residuos desde el diseño, hacer que los productos y materiales se mantengan en constante uso y permitir regenerar sistemas naturales (MacArthur, 2013).

En síntesis, los replanteamientos que se han propuesto en los recientes modelos de economía ambiental y de negocios verdes posibilitan un impacto positivo en lo social y ambiental, sólo si esto se acompaña de decisiones de política pública que fomente la incorporación, transición, adaptación y modernización de las empresas, sus negocios y por tanto las industrias, hacia desarrollos más viables de ser cien por cien sostenibles (Gligo, 1997).

3.1 MARCO TEÓRICO

Los mercados y negocios verdes constituyen uno de los modelos de economía con mayor impulso, en los últimos gobiernos de Colombia. Factores como la oferta y demanda del mercado en el país, junto con variables de producción, consumo y producto, se correlacionan con otros elementos como los recursos naturales, la sostenibilidad, la conservación y con los ODS. Lo anterior, vinculado en políticas públicas transversales que propenden por el cuidado del ambiente y los servicios ambientales que derivan de la naturaleza (Duque, 2013).

El siguiente aparte aborda algunos aspectos teóricos respecto de los mercados y negocios verdes, así como ilustrar al lector del contexto que da surgimiento a este modelo como tendencia de negocios verdes en el país. Al respecto, el tema objeto de estudio monográfico, centra su base teórica y argumentativa en los planteamientos consultados en el texto de Geopolítica de los negocios y mercados verdes de Ernesto Duque Gómez, economista, administrador, catedrático e investigador, cuyos argumentos en relación con la geopolítica, el consumo, lo ambiental, los modelos de economía, los negocios, las empresas entre otros factores, son entrelazados con mirada sistémica.

A saber, dos elementos llaman interés para el investigador de la monografía y que son sustanciales como eje central del estudio, lo administrativo, y lo ambiental. Áreas de conocimiento y aplicación en las dinámicas de lo que conocemos como desarrollo de mercados, dependientes de los recursos naturales. Aspecto que lleva a cuestionar el impacto que se genera con las nuevas tendencias de encausar, todos los negocios posibles y su proceso de productividad a una concepción categorizada de ecológicos, ambientales, sostenibles y verdes.

Si bien, la concepción de un mercado y negocio verde infiere una gestión de actividades en pro de garantizar procesos amigables o de menor impacto al ambiente, es importante abordar las variables de las que deriva la necesidad de impulsar este tipo de actividades, el mercado, la producción y el consumismo.

3.1.1 Los mercados, su estructura y función, en un contexto de producir y consumir.

En la ciencia económica el mercado refiere a las sinergias que, basadas en transacciones, procesos e intercambios de bienes y servicios, junto con los consumidores, establecen un mercado de comercio. El mercado representa un conjunto de consumidores individuales que adquieren un producto determinado, de hecho, el mercado tiene dos variables de las cuales se ejerce el campo de su estudio, estos refieren a los datos de orden cuantitativo y cualitativo, (Céspedes, 2005).

Los factores principales del mercado abarcan, primero en lo cuantitativo aspectos de tamaño, estratificación, es decir, todo lo que se pueda medir; el segundo, cualitativo aspectos extrínsecos como (capacidad de compra, moda, condiciones climáticas, métodos de explotación, tendencias) e intrínsecos como (edad, sexos, raza, ocupación, clases social, hábitos de compra, u otros) los cuales definen una extensión territorial del mercado, caracterizan éste según su potencial, limitación y el estado de la competencia (Céspedes, 2005).

En complemento, Mankiw (2009) señala que los mercados conformados por compradores y vendedores, pueden ser estructurados y organizados, o no. Esto depende de la forma que adopte o se configure el mercado. En el caso del mercado agrícola la producción, conforme su producto-ocurre en un determinado tiempo, se produce en cierta cantidad para un nicho y segmento geográfico a suplir la demanda. Tales aspectos indican en la teoría de Gregory Mankiw que “los

mercados es una manera para organizar la actividad económica” (Mankiw, 2009, p.85). De hecho, cuando ocurren eventos o desastres naturales tiende a presentarse un comportamiento de variación, especialmente de aumento de los precios de algunos productos que empiezan a escasear, un mecanismo de regulación de la oferta y demanda en el mercado.

Entre los tipos de mercado que Céspedes (2005) clasifica están según sea por i) área geográfica: este va desde lo local, regional, nacional, mundial; ii) según lo que oferta: si son bienes tangibles o intangibles, productos o servicios; iii) según el tiempo de formación del precio.: oferta instantánea, de corto o largo plazo, mercados futuros e inmediatos); iv) según la competencia en el mercado: pura, monopolística, imperfecta y de monopolio, reglamentadas, no reglamentada, entre otras); v) según la concurrencia; abierta, cerrada, limitada; vi) otros tipos de mercados como el ilegal, mercado negro, mercado informal. Todo lo anterior, relaciona dos variables, productor con el consumidor.

En este sentido, el mercado está configurado de tal manera que el conjunto de consumidores cuando adquieren productos y servicios determinados, no necesariamente tienen una concepción específica de todo lo que implica el proceso de producción, cuya base generalmente es el uso, explotación y transformación de recursos derivados del ambiente, la naturaleza y sus ecosistemas. Tal contexto aduce en una parte de la sociedad, una idea o imaginario de asumir que las cosas “productos” se crean o nacen de una fábrica o industria, ignorando lo que precede en su cadena de valor y producción.

Duque (2013) hace una descripción y contextualización del mercado a partir de elementos que inciden en la configuración de este, toma el autor de base la cultura de la sociedad, la cual considera es dinámica. En su libro Geopolítica de los negocios y mercados verdes, Ernesto

Duque Gómez, precisa los efectos de una cultura de inmediatez, de consumir, de las relaciones que se dan entre sociedad con la naturaleza, cuya correspondencia hacia el ambiente denotan, en varios contextos, amenazas ecológicas, problemas ambientales que derivan, en parte sustancial, de lo económico.

En complemento, el anterior autor trae a colación tres citas pertinentes para el tema objeto de estudio, en primer lugar, la que infiere que:

El mercado es un mecanismo eficaz, pero, como todos los mecanismos, no tiene conciencia y tampoco misericordia (...) Una sociedad poseída por el frenesí de producir más para consumir más (...) todo se vuelve cosa que se compra, se usa y se tira al basurero. (Paz, 1974, p.44; citado en Duque, 2013, p.1)

El texto anterior, denota una particularidad de aquellos países desarrollados en la que la dinámica de consumo per cápita difiere de otras naciones que no llegan a los mismos índices de consumo, Por cuanto, en el caso de los primeros, sus hábitos de consumo tienden a estar por encima de lo que debería ser. Tal es el caso de poblaciones cuyo poder adquisitivo les permite consumir dos veces o más un mismo producto, desechar el sobrante, en fin, un derroche de comprar por comprar, de satisfacer necesidades; en ocasiones no básicas y fundamentales, pero si por moda, tendencia o por simple placer.

Cabe señalar que “los mercados no nacen solos, son producto de la sociedad moderna y posmoderna, existen gracias a la biodiversidad y al mercado moderno, donde no es exclusivo satisfacer necesidades”, (Duque, 2009, p.15). Tal afirmación infiere la relevancia de un entorno de consumo, en donde las demandas de los productos en diversos casos responden no a las necesidades elementales, fundamentales y básicas de la sociedad, sino que son impositivas, promovidas por el marketing, en otros casos por el hedonismo propio y colectivo que sujeto a

un estilo de consumo no tan racional, puede derivar en un impacto en los recursos naturales, el ambiente y su biodiversidad. En otras palabras, satisfacer los caprichos, deseos y tendencias de algunos consumidores, implica que se gaste el mercado.

Un tercer elemento que presenta Duque (2013) son esos factores que determinan los mercados a partir de normas gubernamentales, las relaciones de propiedad, la tecnología, entre otros, son aspectos que determinan la compatibilidad del mercado con la sostenibilidad (Trigo y Kaimowitz, 1996) citado en (Duque, 2013, p.1). En este contexto, tales factores en su mayoría son dependientes de las decisiones que se toman en entornos gremiales, legislativos y gubernamentales con decisiones que comprometen determinantes de la sostenibilidad. A saber, lo económico, social y ambiental, en una dinámica de productividad cuyas externalidades creando pasivos ambientales que afectan la sostenibilidad, generalmente se atienden en el largo plazo.

3.1.2 Del consumo al consumismo como factor determinante en los mercados.

Duque (2009) aduce el consumo como un conjunto de factores culturales, costumbres, hábitos, e intereses, característicos en cada grupo social y por ende atañe en su particularidad a cada consumidor e individuo, que desde un enfoque antropológico define parte de lo sociocultural, dada la conducta y hábito que marca un patrón de acción y que se liga, por decirlo, a un determinado segmento en el mercado. Un ejemplo de ello son las comunidades en determinadas regiones que por sus tradiciones culturales que heredaron, demandan un tipo de producto en particular, sea alimento, bebida, vestuario, u otro.

Sin duda, el hombre como sujeto depende en su totalidad de la naturaleza, así esté o no rodeado de cosas artificiales. Se denomina artificial para este estudio aquellos elementos,

productos finales que han pasado por una etapa de transformación, modelación, diseño y perfeccionamiento a partir de criterios y decisiones humanas, y que no son propios de una dinámica natural. Por ejemplo, cosas o artículos como vestuario, vivienda, automóviles, entre muchos otros.

Duque (2013) resalta el rol de las empresas industriales en la búsqueda de un crecimiento económico, que lleva a su individualismo en un libre mercado. Al respecto, un interrogante ante la anterior afirmación es qué tan oportuno ha resultado el modelo de libre mercado y libre manufactura, cuyos privilegios para el sector productivo, parecen ser cada vez mayores y poco controlados. De hecho, las industrias cuando fabrican productos con obsolescencia tecnológica programada, están causando un alto impacto en el ambiente, pues, un producto que podría fácilmente durar siete o más años como en el caso de una bombilla, termina por durar un año o menos, pilas o baterías que antes duraban tres meses, ahora sólo tres, máximo cuatro semanas.

El comercio mundial en su dinámica de intercambios de productos, ha mostrado en su balanza comercial, la capacidad de producción para suplir sus necesidades y la de otros mercados externos, en otros casos, naciones que producen para venderle a otros, caso como el de Colombia que extrae carbón, -recurso mineral que no utiliza en procesos internos de su territorio- pero, sí lo exporta a otras naciones. Tal aspecto infiere, para el caso mencionado una perturbación al ambiente que deja un pasivo ambiental en el territorio, el cual debe ser asumido por la nación en el corto, mediano y largo plazo. Por tanto, qué lógica tiene una actividad como tal, si de explotar recursos naturales para suplir una necesidad en otro territorio, termina siendo en el tiempo un factor de impacto negativo social y ambiental. Es precisamente en este aspecto, donde toma relevancia los modelos de economía, administración ambiental y desarrollo de los procesos

productivos bajo una óptica y traza de sostenibilidad real, integral, objetiva y ante todo con rigor de precaución de un daño ambiental.

La problemática ambiental derivada de las actividades de los sectores productivos, asociado ello de manera directa con el aumento de la población, la pobreza, la expansión urbana, el consumo en todas sus proporciones y contextos, así como de la demanda de energía para transformar materias primas, crear insumos y productos con los cuales deja una huella ecológica local, regional y global. Distintas afectaciones al entorno ambiental se concretan en tres categorías, principalmente en i) la incidencia para la salud, humana, ii) el efecto en la calidad de los ecosistemas, y iii) la disponibilidad de los recursos (Hoof, Monroy y Saer, 2008).

En efecto, las transformaciones de los recursos naturales se originan con la asignación de estos a determinados usos, y si bien resuelven necesidades, ocasionan inconvenientes económicos, es decir, “para que surja algún problema económico debe darse algún tipo de escasez” (Riera, García, Kristrom y Braunnlund, 2012, p.24).

Los mercados según su característica particular y segmentación en una región geográfica, determina lo cualitativo y cuantitativo respecto del producto o servicio que se negocia. En esto, la segmentación del mercado “clasifica los clientes y consumidores en grupos con características, comportamientos y necesidades similares o parecidas” (Prieto, 2009, p.18). Este autor indica que la segmentación puede aplicarse según sea el producto, dinámica de compra, usos, categorías demográficas, beneficios u otras variables.

Así entonces, los argumentos que anteceden en este enfoque teórico contextualizan los aspectos que fundamentan el mercado en un determinado territorio, el cual funciona como se ha descrito con dos elementos o variables claves, el productor y el consumidor. De todo ello, la

importancia respecto del tema que atañe interés por el investigador, el cual no es hacer un estudio económico, administrativo o de mercado, pero sí relacionar estos conceptos que sobre su desarrollo en un entorno de consumo incide sobre lo social y ambiental.

Ante los eventos, transformaciones y efectos en el ambiente ocurridos en los últimos años, tanto a nivel global, como territorial en Colombia, mediante sucesos y fenómenos de clima, desertización, deterioro de suelos, contaminación de aguas, aire, cambios abruptos de microclimas, variaciones meteorológicas, deterioro en la capacidad de residencia en los ecosistemas, entre otros, denotan una responsabilidad no solo del modelo de producción en las industrias, sino del plan de acción con enfoque de responsabilidad ambiental y social que estas empresas vienen promoviendo en su gobierno corporativo (Henríquez & Oreste, 2015). Medidas que, en un discurso y narrativa, denotan una estructura operativa alineada a propósitos de sostenibilidad o compromiso ambiental.

No obstante, luego de casi dos décadas de hablar de (RSA) responsabilidad social empresarial y (RAE) responsabilidad ambiental empresarial, parece no ser tan eficiente tales medidas, toda vez que la crisis ambiental sigue su curso en deterioro, un nivel de consumo desmedido, y una dinámica de productividad sujeta a capitalizar cada vez más recursos por intercambio para satisfacer no necesidades, pero tal vez sí necesidades de unos pocos, sobre un dominio comercial de muchos otros.

De esto, se desprende la necesidad de establecer nuevos modelos de economía, productividad, desarrollo, administración, entre otras áreas del conocimiento en cuyo objetivo de relación social, industrial y de consumo, se articule con modelos de economías realmente sostenibles y eficaces cuando de garantizar recursos, resiliencia y equilibrio ecológico se trata,

de la naturaleza en un territorio (Vera anexo 1). Desde luego, el planteamiento de modelos de economía verde, surge como un concepto en búsqueda de ese equilibrio entre la producción y el consumo (DNP, 2017)

3.1.3 Los mercados y la generación de negocios con modelos de economía verde.

En la última década en Colombia los mercados han empezado a tener un cambio de tonalidad y de color, hablando de manera literal. Los mercados verdes se caracterizan por ser el resultado de un proceso sostenible del uso de la biodiversidad y los recursos naturales, en cuya dinámica productiva prevén un manejo de procesos orgánicos, ecológicos, sin causar contaminación, o por lo menos reduciéndolo significativamente (Hoof, Monroy y Saer, 2008). Estos autores, hacen una clara diferencia entre los mercados verdes y los que desarrollan productos o servicios menos contaminantes, ente ellos los que aplican proyectos con tecnologías más limpias, servicios ambientales, entre otros. Un aspecto relevante en este tipo de mercados son los segmentos que se cubren, según la dimensión de su ejecución y alcance pueden ser local, regional o nacional.

Los negocios con enfoque de sostenibilidad constituyen un modelo de producción con acciones y tendencia de establecer en las industrias y empresas, procesos, procedimientos con estándares de calidad y verificación que garantice acciones que favorezcan la protección del ambiente (Nebel, y Wrigth, 1999; WWF, 2020). Aspecto del cual las necesidades productivas, evalúan y diseñan mecanismos más limpios, eficientes y eficaces para su actividad económica (Duque, 2013). Por supuesto, previendo el menor impacto posible al ambiente. Sin embargo, pese a estas medidas de estándares, otro elemento determinante de esta intensión hacia la productividad la complementa las políticas públicas que en torno a la temática ambiental, social,

económica, productiva y comercial se gestó para articular acciones pertinentes a los propósitos de ser productivo con responsabilidad ambiental, así como del rol y del consumidor.

Es así como desde el año 2002 en Colombia se determinó una política ambiental direccionada hacia el fomento de los mercados y negocios verdes, siendo la base de ello el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes -PENMV- cuyo objetivo estableció “consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales contribuyendo al mejoramiento de la calidad ambiental y el bienestar social” (MADS, 2014, p16).

En concordancia, en Colombia el programa de Biocomercio impulsado por el Instituto Alexander Von Humboldt, el PENMV dieron lineamientos hacia la producción y consumo responsable en el país. Tal aspecto incidió en el fomento de los Negocios verdes donde el enfoque en adelante es producir conservando y conservar produciendo (DNP, 2018).

3.2 MARCO CONCEPTUAL

Entre los conceptos que se abordan en el estudio monográfico están los siguientes términos que se asocian al contexto del mismo:

- **Antrópico.** Las variaciones y transformaciones que ocurren en un entorno natural provocadas por el hombre generan cambios en el medio natural (Borderías y Martín, 2011). Un concepto antagónico del concepto natural (Guarnera, 2013); causas propiciadas por el hombre que potencian los riesgos naturales (Fernández, Pardo, Martín y Cocero, 2011).

- **Biocomercio.** Es la actividad que se articula el comercio de productos y servicios derivados del aprovechamiento de recursos biológicos. Aplica criterios de buen manejo ambiental y social, y propende por el desarrollo competitivo de la actividad en su entorno local, regional o nacional (MADS, 2014).
- **Biodiversidad.** La multiplicidad de seres vivos, desde microorganismos, plantas y animales hasta los humanos, e incluye el material genético que codifica la vida. Este concepto refiere a las unidades ecosistémicas como zonas que concentran vida y que son vitales en su conjunto de especies, poblaciones y comunidades, entendido desde lo biológico como cultural, (Goldstein & Castañeda, 2001).
- **Conservación.** Refiere a mecanismos destinados a asegurar la preservación de muestras representativas y permanentes de lo que comprende la biodiversidad, tendiente a la preservación. El concepto infiere formas de uso para garantizar el buen estado los recursos destinados a uso productivo, así como de establecer acciones que mitiguen o eliminen prácticas que afecten en ambiente y sus elementos (Goldstein & Castañeda, 2001).
- **Consumo responsable.** Infiere el acto por el cual un consumidor de productos o servicios adquiere estos con base en un nivel de conocimiento y criterios de sostenibilidad respecto de quien produce y comercializa estos, siendo la acción responsable el resultado de exigir una producción sostenible (MADS, 2014).
- **Crecimiento verde (CV).** Es la denominación que la OCDE propone como un modelo de fomento del crecimiento y desarrollo económico, al tiempo que se asegure los bienes naturales para que estos proporcionen servicios ambientales, claves estos últimos para el bienestar de las

personas. El crecimiento verde implica inversión e innovación apuntando a un crecimiento sostenido y con oportunidades (OCDE, 2015).

- **Economía Circular.** Actividad económica en la que los derivados residuales de los procesos circulan en su cadena de valor y sistema, generando un beneficio ambiental. El concepto reconoce lo importante que es el funcionamiento de la economía en cualquier nivel - grandes y pequeños negocios, organizaciones e individuos, globalmente y localmente. “La economía circular es un enfoque a nivel de sistemas para el desarrollo económico diseñado para beneficiar empresas, la sociedad y el medioambiente. Una economía circular aspira a desvincular el crecimiento económico del consumo de recursos finitos y a crear capital económico, natural y social (MacArthur, 2013, p.19).
- **Economía verde.** El Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) emitió el concepto de economía verde que busca en su planteamiento “mejorar el bienestar humano y la equidad social, y a la vez reducir significativamente los riesgos ambientales y la escasez ecológica” (PNUMA, 2011, p.2). Este modelo propone desarrollos productivos con bajas emisiones de carbono.
- **Mercados verdes.** Se denomina al grupo de compradores y vendedores de bienes y servicios, caracterizados porque el primero demanda productos que en sus procesos de producción y consumo no afecten el ambiente y la salud; en el caso del segundo oferta bienes o servicios mediante procesos integrados a un sistema de gestión ambiental que procura la menor o nula afectación al ambiente, los recursos naturales y a la biodiversidad y que promueven el crecimiento de este sector económico. Estos mercados de productos y servicios ambientalmente

amigables, derivados del aprovechamiento sostenible del medio ambiente, en los mercados verdes se caracterizan y distinguen por sus criterios ambientales aplicados (MAVDT, 2009).

- **Negocios verdes.** Representa las actividades económicas en las que se desarrollan, transan y ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que, además, “incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio” (ONVS, 2014, p.53).
- **Política ambiental.** Constituye las determinaciones gubernamentales que en materia ambiental se profieren para establecer programas, planes y acciones a seguir con el propósito de proteger los recursos naturales y encausar decisiones para una conservación de la biodiversidad en el territorio.
- **Producción más limpia.** Es una estrategia diseñada con el propósito de promover, articular y mejorar acciones ambientales cuando de procesos y transformación productiva se refiere para propender por una mayor competitividad empresarial. Esto infiere acciones preventivas en los procesos productivos, reducir riesgos y proteger el ambiente. (MADS, 2014).
- **Productos de biocomercio o sostenibles.** Son productos o servicios que tienen su base en el uso y aprovechamiento de recursos biológicos, incorporan criterios de buenas prácticas ambientales y sociales, así como de contribuir a la rentabilidad económica (MAVDT, 2009).
- **Recurso Natural.** Un recurso natural es un elemento que deriva de la naturaleza, y se categoriza porque el hombre le da utilidad, y que mediante tecnología se desarrolle su empleo

de manera racional (Goldstein & Castañeda, 2001). El recurso natural es un bien de la naturaleza al que se le da uso productivo (Riera, García, Kristrom, Braunnlund, 2012)

- **Sostenibilidad.** Refiere a los procesos que ocurren indefinidamente sin agotar los recursos de los que depende para funcionar, así como para su ejercicio en una actividad productiva, el término aplica en los principios del desarrollo sostenible desde 1987 y se dirige al ámbito de la producción sostenible con una sociedad sostenible (Nebel & Wrigh, 1999).

3.3 METODOLOGÍA

El estudio monográfico es de género tipo compilación, el cual se desarrolló a partir de la información secundaria identificada y publicada a la fecha. Cabe resaltar que, pese al proceso de búsqueda de información en distintas bases de datos electrónicas académicas, no se identificó autores o teóricos sobre mercados y negocios verdes, pero sí algunos aspectos conceptuales desde el punto de vista institucional público. Por tanto, tanto el enfoque teórico como los conceptos se analizan con el propósito de dar nuevos aportes, este último a partir de la consulta directa a un número determinado de empresarios verdes que de manera aleatoria se consultaron para identificar, conocer y analizar el impacto de la política de mercados y negocios verdes en su actividad económica.

3.3.1 Método.

El método que se aplicó en el estudio monográfico es cualitativo, aunque se tomaron algunos datos cuantitativos para respaldar el argumento conforme la información identificada de orden institucional. El estudio describe un enfoque transversal del tema objeto de análisis respecto de los indicadores identificados, los cuales son dependientes o se relacionan entre sí. Este estudio

es netamente descriptivo, se basó en el contexto situacional de la política de mercados y negocios verdes en Colombia, cuyo marco temporal abarcó los años 2016 a 2020. Tal enfoque metodológico permitió conocer y explicar, los resultados de impacto en el componente social y ambiental desde lo cualitativo, en un contexto de sostenibilidad de la muestra aplicada.

3.3.2 Recolección información.

La información que se tomó de base para el estudio comprende informes institucionales del Sistema Nacional Ambiental de Colombia -SINA-, publicaciones oficiales de la oficina de negocios verdes del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, así como distintas publicaciones, referentes normativos, teóricos, así como de revistas especializadas e indexadas.

La monografía toma como referente de análisis del tema de mercados y negocios verdes a partir de la perspectiva que los lineamientos de la política pública de biocomercio, crecimiento verde, producción y consumo sostenible, mercados y negocios verdes, que de manera articulada, transversal y colaborativa han propendido por dinamizar la productividad colombiana en un marco de consumo responsable. En complemento, se consultaron datos de cifras reportadas por entidades y autoridades ambientales que a la fecha indican la dinámica e impacto social y económico de la actividad objeto de estudio.

3.3.3 Instrumento aplicado.

El estudio monográfico tomó una muestra del 2,4% del universo de empresarios de negocios verdes en Colombia, es decir, 46 de las 1958 actividades reconocidas en el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, así como de las diferentes ventanillas y nodos regionales que gestionan el fomento de los negocios verdes en el país. La muestra se seleccionó de manera aleatoria, según base de datos identificadas en las cinco regiones o nodos de NV, siendo el

criterio de selección tomar por cada región un promedio de 9 a 10 empresas negocios con criterios de sostenibilidad. Con los empresarios contactados se aplicó una entrevista no estructurada, mediante dialogo se consultaron aspectos que denotaron elementos para la investigación de carácter cualitativo.

3.3.4 Postura epistemológica.

El contexto epistémico del estudio parte de la base de una disciplina como lo es la administración, integrada con otra área del conocimiento con la ambiental. Estas dos, forja el punto de partida de un estudio sistémico, con enfoque transversal y cuyo planteamiento base del contexto problémico infiere en una mirada interdisciplinaria en lo que refiere a los impactos de una política pública en el contexto social y ambiental.

Por lo anterior, la revisión e identificación de los efectos de la dinámica de los mercados y negocios verdes, su impacto en la sociedad y territorio, demandó un pensamiento racional del cómo ha impactado las acciones de la política de mercados verdes, negocios verdes biocomercio, la política de crecimiento verde, entre otras, cuyos fines esenciales son la promoción de la conservación de la biodiversidad y el desarrollo productivo sostenible en el país. Tal enfoque exigió para el estudiante una perspectiva epistémica con rigor analítico, conducente de un resultado medible y cualificado del tema objeto de estudio.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 LINEAMIENTOS DE LA POLÍTICA DE MERCADOS Y NEGOCIOS VERDES PARA EL CRECIMIENTO VERDE EN COLOMBIA

El desarrollo de la política pública en Colombia relacionada con el impulso de los mercados y negocios verdes tienen sus bases en una estrategia definida en el año 2002 con el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes -PENMV-, periodo 2002-2012 cuya visión se proyectó en su momento a 10 años (Ministerio del Medio Ambiente, 2002). Tal estrategia contempló como objetivo “Consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales contribuyendo al mejoramiento de la calidad ambiental y el bienestar social” (MADS, 2014, p.16).

El propósito de la estrategia en su contexto de fomento de producción e incremento de oferta de los mercados locales, regionales y nacional trazó cuatro objetivos, i) Impulsar la demanda de productos verdes, ii) Posicionar al país como proveedor de productos verdes, iii) Consolidar la oferta de los productores verdes, y iv) Establecer instrumentos de apoyo al sector de productos verdes.

Así entonces, fue mediante esta iniciativa que se forjó y definieron cuatro categorías que agruparon los mercados verdes con base en a) el uso y aprovechamiento de los recursos naturales, b) eco-productos, c) servicios ambientales, d) mecanismo de desarrollo limpio.

Los lineamientos de la estrategia nacional de mercados verdes determinaron las siguientes directrices:

- a) La promoción de los mercados verdes como una alternativa de producción que impulsa el desarrollo del país.
- b) La sensibilización ante los productores y consumidores respecto de las ventajas de los mercados verdes.
- c) El trabajo interinstitucional que fortalece las iniciativas de mercados verdes en los territorios del país.
- d) La determinación de herramientas financieras que provean alternativas de apalancamiento a los productores verdes.
- e) La creación de un sistema de información para los mercados verdes en el país.

De conformidad con lo anterior, los lineamientos de la estrategia empezaron a ser visibles mediante intervenciones del Gobierno al realizar convenios de comercialización que se gestionaron en su momento con cadenas de provisión de alimentos y productos, en pro de fomentar mercados verdes en Colombia. Como resultado de la puesta en marcha, esto representó en el año 2006 un crecimiento de unidades de ventas del 33% y aumento del valor de ventas en 28%. Al respecto, el incremento de los productos que fueron beneficiados por la gestión de convenios de comercialización aumentó en un 131% en productores y 2,53% de productos codificados entre 2004 y 2006. Este resultado denota la gestión emprendida y la oportunidad que se vislumbraba con los mercados verdes para el país (MADS, 2014, pp.16-19).

Cabe destacar que la estrategia nacional de mercados verdes constituyó una ruta a seguir para el logro de un desarrollo sostenible en la nación. En efecto, para el ejecutivo los factores asociados a esta política contemplaron lineamientos en torno a la competitividad del país, la

generación de empleo, la inclusión social, y aplicación de un modelo desarrollo con criterios de sostenibilidad. Lo cual derivó posteriormente en un plan nacional de negocios verdes que acoge de manera transversal otras políticas públicas como la de Producción Más Limpia -PML-, Política de Producción y Consumo Sostenible (PPyCS), el programa de Biocomercio, así como de articular y definir otros criterios de lo que representa los negocios verdes cuando de alinear acciones productivas en un marco de objetivos de la conservación de la biodiversidad, el desarrollo social y económico para el país se refiere.

Sin duda, uno de los factores claves en la promoción de los mercados verdes en Colombia ha estado soportado por el criterio de una producción y consumo sostenible en el mercado de bienes y servicios, y que contribuye a la competitividad de las empresas, al desarrollo y bienestar de la población. Y es aquí, precisamente donde la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible definió algunos ejes estratégicos para un cambio en el patrón de producción y consumo, necesario ello para apostarle al desarrollo sostenible en su concepción literal donde la gestión e integración de distintos actores fueron y son determinantes para contribuir al equilibrio ecológico de los territorios, que por décadas han sufrido impactos ambientales dado el modelo productivo.

En efecto, el surgimiento del plan nacional de negocios verdes determinó lineamientos con los cuales se orientaron acciones para la planificación de los emprendimientos y unidades productivas con enfoques de un desarrollo, fomento y de promoción de consumo sostenible, soportado en instrumentos, incentivos, que exigió la articulación interinstitucional en procura de un crecimiento verde y el beneficio de conservación en los territorios.

Precisamente, entre los lineamientos del plan nacional de negocios verdes, se estableció la implementación de programas regionales de NV para las regiones Caribe, Andina, Pacífico, Orinoquía y Amazonas. Cada una de estas regiones debieron conformar un nodo de NV, siendo sustancial en ello la formulación de planes de acción en las autoridades ambientales, la creación de alianzas interinstitucionales y el desarrollo de pilotos de NV con criterios verificados del mismo.

Es aquí donde la estrategia de mercados verdes que se venía trabajando en la década del 2000 y parte de la década del 2010, así como en la nueva perspectiva del plan nacional de negocios verdes que descentralizó la política hacia lo regional en un marco de política pública, se fortaleció con el anterior gobierno y con el presente, esto desde la agenda gubernamental contemplada en el -PND- Plan Nacional de Desarrollo de cada uno.

Al respecto, la dinámica de gestión de fomento de la política pública de los negocios verdes en las regiones tiene cuatro variables claves en los lineamientos definidos, están son: planeación, articulación de actores, acompañamiento técnico y comercialización. Las nuevas categorías de negocios verdes que articuló y estableció para el mercado verde en el país fueron: i) Bienes y Servicios Sostenibles provenientes de Recursos Naturales, ii) Eco productos Industriales, y iii) Mercado de Carbono (relacionado con el cambio climático).

Los lineamientos de los programas regionales de negocios verdes constituyen un plan de acción donde las autoridades ambientales toman iniciativas de fomento al desarrollo de mercados y negocios verdes; en ello se emplean herramientas que potencializan las ventajas competitivas de la región. De esta manera, dos aspectos importantes resaltan el interés de la

política de negocios verdes aplicada en los territorios, la primera el crecimiento económico y social, y la segunda la conservación de los recursos naturales.

Con base en estos dos últimos aspectos, el trabajo monográfico que se desarrolla en este documento toma interés toda vez que los lineamientos desde la creación de la estrategia de mercados verdes y el empalme con el plan nacional de negocios verdes, definieron dos elementos claves en la gestión de procesos cuando de administrar un proyecto se refería. Estos elementos aducen a la estrategia y el plan del mismo. Para el caso, una estrategia nacional para impulsar mercados verdes, con un propósito de segmentación de consumidores y productores alineados a una cultura pertinente de sostenibilidad frente a las decisiones y acciones.

4.2 IMPACTO SOCIAL DE LOS MERCADOS Y NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA

Un punto de partida del panorama del impacto social de los mercados y negocios verdes está basado en los lineamientos que se mencionaron en el aparte anterior. Sobre estos, precisamente se pudo identificar parte de los resultados que en Colombia se han obtenido por la injerencia institucional e interinstitucional para hacer de la estrategia de mercados y plan de negocios verdes, una oportunidad de impacto positivo en el componente social.

Uno de los métodos que describe los factores de impacto social en este estudio analítico son los de tipo cualitativo con el cual se identificó con la información consultada en reportes y bases de datos institucionales, la manera como los mercados y negocios verdes impactan al componente social en algunas poblaciones en determinadas regiones del país.

Entre los aspectos a resaltar del impacto social, los siguientes criterios son la base para el análisis objeto de estudio. Tales criterios son determinaciones que se contemplaron en la perspectiva de gestión y fomento del plan nacional de negocios verdes en Colombia, por tanto, se tomó como base del estudio en la monografía.

Al respecto, los planteamientos, el enfoque y la perspectiva de la política pública de mercados y negocios verdes en Colombia, se puede inferir que el plan, estrategia y acciones en pro de fomentar, incentivar y fortalecer la economía verde, en especial la que deriva de comunidades locales y regionales, exige que su desarrollo empresarial se articule en aspectos tendientes a una viabilidad económica de la actividad, cuyas acciones productivas no impliquen impactos negativos al ambiente o la sociedad. Por tanto, los productos o servicios que se ofertan propenden por una vida útil sin que el ciclo de estos, infiera una obsolescencia programada cuando de bien se refiere, así como de no emplear sustancia alguna que implique daño o peligro, tanto para el ambiente, como en la salud del consumidor. En ello, el uso de la energía, como la eficiencia de la misma, implica una utilización responsable al interior de la empresa, para lo cual, el compromiso de articular estos criterios con actos de responsabilidad social y ambiental. Además de esquemas, procesos o programas que denoten un sistema integrado de producción sostenible, esto es precisamente lo que diferencia los negocios verdes de las demás actividades y modelos de economía productiva tradicional.

Por lo anterior, el estudio en su concepción de análisis del tema de impacto, ejerció un acercamiento a los 46 empresarios protagonistas del estudio conforme el modelo de economía, mercados y negocios verdes aplicado en distintos puntos regionales del país.

Al realizar un sondeo preliminar para conocer el impacto de los negocios verdes en el componente social para el presente estudio monográfico, se tomó como punto de referencia la base de datos de los empresarios de esta modalidad del país.

De los 1958 negocios verdes reconocidos en el país, conforme la base de datos oficial, se tomó como muestra de consulta el 2,4% de estos, es decir 46 negocios verdes de manera aleatoria y distribuidos en las cinco regiones que hacen parte del plan nacional de negocios verdes. En la consulta aplicada se identificó distintos aspectos cualitativos que denotan la relevancia de la actividad económica en el modelo de negocios verdes en su localidad y territorio.

Las empresas consultadas en su mayoría un 87% representan la categoría de bienes y servicios sostenibles y un 17% de eco productos. Los aspectos cualitativos que resaltan el interés de los empresarios para ejercer un negocio verde, aducen a su connotación cultural, de la cual han heredado un arraigo sustentado en la relación con la naturaleza, esto indica una sensibilidad frente a la condición de los recursos naturales, el uso y servicios ambientales con los cuales han dependido en su trayecto de vida. Un 24% de la población afirma haber cambiado hábitos que años atrás empleaban y de los cuales causaban afectaciones al ambiente.

La mayoría de personas consultadas y gestores de negocios verdes 72% hacen parte de municipios rurales, zonas en las que la conexión con el ambiente o lo natural corresponde a una parte fundamental de su entorno de vida, economía y cultura. Si bien, la tradición de diversas prácticas productivas agrícolas, pecuarias, mineras, artesanales, turísticas, entre otras en su momento denotaron acciones sin procesos de control o prevención a impactos, es precisamente el deterioro de tales impactos, la pérdida de fuentes hídricas, la deforestación, la pérdida de

capacidad regenerativa del suelo y la transformación del paisaje lo que llevó a los empresarios de negocios verdes a encausar su actividad a una práctica responsable no solo con el ambiente, también con las demás comunidades adyacentes.

Uno de los factores que se resalta en el impacto social de los negocios verdes es la correlación de este tipo de modelo de economía verde con otros aspectos, entre ellos la manera como se construyen redes de conocimiento ancestral y se intercambian los mismos. Ejemplo de ello es la transferencia de técnicas de agricultura ecológica entre una comunidad y otra, con distintas unidades productivas de las que se generan cooperatividad, asociatividad y con ello fortalecen sus capacidades de enseñanza, aprendizaje colaborativo y fortalecimiento de saberes en bien común, además de integrar mercados y comercio justo.

La dinámica de los negocios verdes denota un proceso de cooperación entre quienes tienen productos y servicios complementarios, sea por insumos, materias primas, de la cual se rescata el compromiso de los empresarios de NV por aplicar criterios, además del bien que estos pueden causar, no sólo al ambiente, también a la comunidad cercana, la sociedad y por ende al consumidor final.

De lo anterior se identificó la responsabilidad social con la que actúan los empresarios de negocios verdes consultados, en ello, un 89% de estos denota una correlación entre la importancia de producir con fines de economía creciente, pero en un contexto de base sostenible. Aspecto que implica otros factores y criterios articulados a la gestión de la actividad productiva y que se incorpora en sus procedimientos para generar valor agregado a su oferta comercial en un mercado específico, el de consumo responsable.

En este aspecto del consumo responsable, es un factor que se pudo identificar en la consulta, dado que los empresarios de NV, el 95%, tienen claridad que su producto y servicio se dirige a un consumidor específico, a un segmento particular que se caracteriza por la adquisición de productos saludables, ecológicos, artesanales, autóctonos, con identidad cultural, o sencillamente con procesos de producción y manufactura que favorezca el cuidado del ambiente. En otras palabras, el productor se enfoca a un segmento de consumidores con un nivel de conciencia frente al producto, su origen, beneficio y contribución tanto en lo social, como en lo ambiental.

La muestra consultada de emprendimientos y negocios verdes a diferencia de otros modelos de economía a escala, son procesos que en su mayoría interactúan en ámbitos familiares, siendo su actividad laboral un factor que mejora su calidad de vida, así como de los mercados verdes que en su contexto repercuten en favorecer mejores condiciones y oportunidades para comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinos, jóvenes, entre otras. Estas poblaciones, el 100% afirman haber encontrado en los negocios verdes una alternativa de economía, dada la precaria o nula oportunidad estatal para suplir laboralmente su derecho al trabajo. Aspecto que se entiende cuando se encuentra que la mayoría de los negocios verdes y sus gestores habitan en territorios rurales, en su mayoría zonas distantes de las urbes o ciudades principales.

La gestión e intervención de cooperación para el fortalecimiento y desarrollo los negocios verdes, mediante apoyo brindado desde las autoridades ambientales regionales, contribuyó a estas empresas, un 61%, a (formalizarse, visibilizarse en escenarios comerciales, adoptar tecnologías, capacitarse, posicionar una marca, su producto, abrir mercado y articular sus procesos operativos en un marco técnico de productividad sostenible).

Entre los factores positivos de los negocios verdes en la muestra consultada se identificó la oportunidad que este modelo de economía verde ha representado para integrar a su productividad calidad en los procesos, aplicar criterios de gestión ambiental como si estuviese calificando a un proceso de certificación con estándares para reconocer y validar su productividad.

No obstante, otros factores menos representativos indican para el 69% de los empresarios de negocios verdes, un desafío, reto y meta a transformar o mejorar en su organización con fines de fortalecer sus procesos administrativos, operativos, técnicos y comerciales. Estos aspectos se relacionan con necesidades de mejora en ámbitos de mercadeo de sus productos y servicios en segmentos que demanden los mismos con mayor frecuencia, o que le permitan incrementar el nivel de producción. El 78% de la categoría consultada de bienes y servicios ambientales sostenibles infiere que la publicidad y promoción requiere un desarrollo e implementación con técnicas apropiadas y conforme el segmento del mercado al que se dirigen. En esto un punto que comparten los consultados es que es un tema que exige de una persona competente para el diseño de ello y que encause su intención comercial.

Otro de los aspectos de impacto social que se encontró en el proceso de desarrollo de los negocios verdes para las comunidades es la apertura de su actividad que en un 63% pasó de ser local, a ser regional y un 36% a participar de segmentos de mercado nacional, solo un 2% de la muestra indicó tener comercio internacional con su producto sostenible.

La ventana comercial de los negocios verdes mediante apoyo institucional ha permitido mejorar los ingresos entre un 20% y 30% adicional, lo que ha motivado la formalización de su actividad productiva.

La participación de los empresarios de negocios verdes en ruedas de negocios apoyada por entidades como Procolombia, Bioexpo, Cámaras de comercio, Corporaciones Autónomas Regionales, FIMA, entre otros eventos, les ha permitido visibilizar su empresa, producto y conquistar nuevos mercados, esto ha representado una oportunidad de incremento de ventas y mayores ingresos para el 96%.

La modernización de los negocios verdes en los últimos 10 años a integrado en sus procesos comunicativos, publicitarios y administrativos tecnologías de la información y la comunicación, así como de aplicaciones móviles para el desarrollo de marketing. Sin embargo, para otros representa una debilidad que deben aprender, dominar e incorporar en su modelo de negocio.

De igual manera, una desventaja que resaltan los empresarios de negocios verdes, es la necesidad de mejorar aspectos claves de su desarrollo empresarial, entendido como el manejo de lo contable, financiero, organizacional, imagen corporativa, TIC, logística, normatividad, registros, permisos y en algunos casos licencias que son determinantes para procesos de certificación de calidad y bioseguridad.

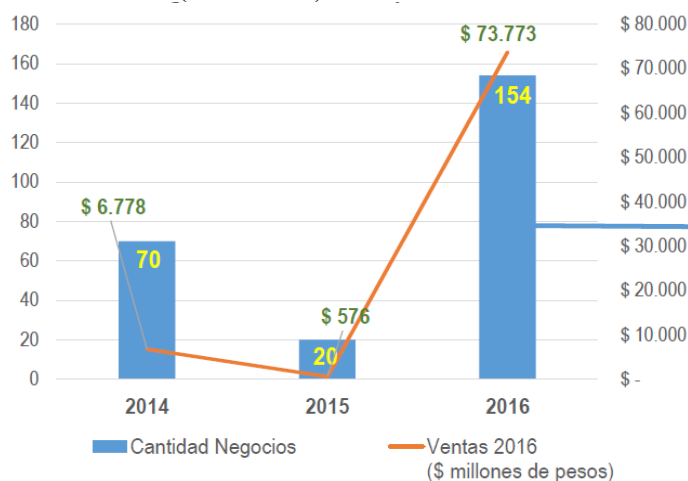
4.2.1 Impacto económico de los negocios verdes entre 2014 y 2019.

Las siguientes cifras ilustran la dinámica que los negocios verdes han tenido en cuanto impacto económico y social en el país. Se toma algunos datos referentes de 2014 a 2018, así como lo alcanzado y reportado a la fecha por la oficina de negocios verdes y sostenibles del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Al cierre de 2016, según datos de la ONVS del MADS, en Colombia se registraban 606 negocios verdes, identificados entre 2014 y 2016. En el 2015 existía 243 los cuales entre 2015 y 2016 se incrementaron 356 más NV en el país, MADS (2017).

El número de empleos directos, generados por los NV con beneficios a las familias de sus emprendedores fueron 4.332. La contribución de ventas alcanzó 81.127 millones de pesos, entre 2014 y 2016, MADS (2017).

Figura 1. Contribución de ventas NV (2014-2016)

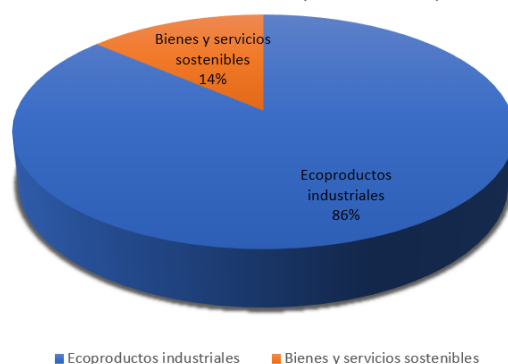


Fuente: MADS (2017)

La cooperación del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible respecto a inversión para la gestión y promoción de negocios verdes en los territorios entre 2014 y 2016 fue de 1.211 millones.

Los negocios verdes se enfocaron principalmente en las siguientes categorías.

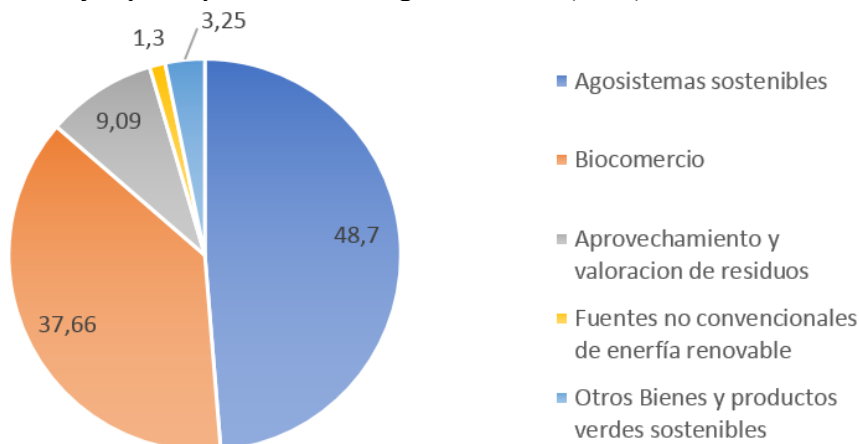
Figura 2. Categorías de negocios verdes desarrolladas (2014-2016)



Fuente: MADS (2017)

Los sectores de mayor participación fueron agrosistemas con un 48,7% y biocomercio con un 37,66%.

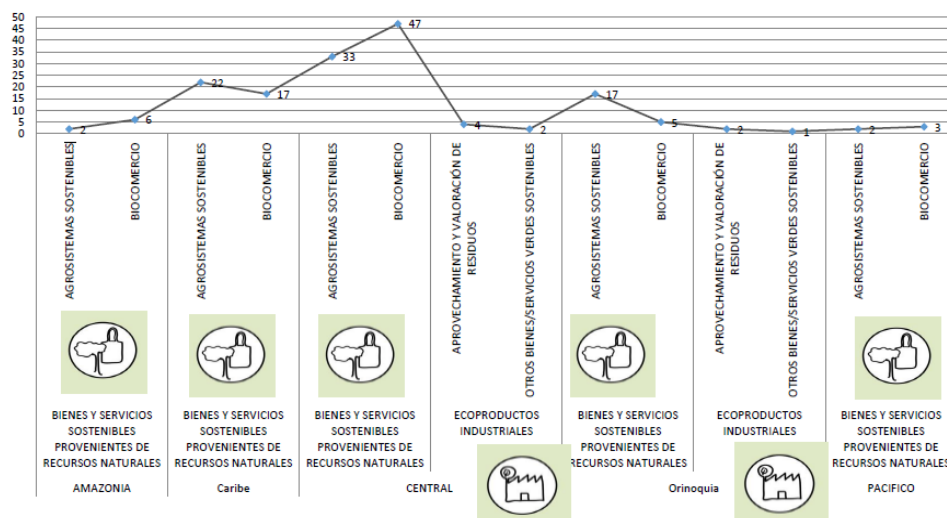
Figura 3. Sectores de mayor participación de los Negocios verdes (2016).



Fuente: MADS (2017)

La siguiente figura ilustra el comportamiento que por regiones, categorías y sectores se generó en los negocios verdes, siendo una constante de los agrosistemas sostenibles la que prevalece o se desarrolla con mayor participación en las regiones.

Figura 4. Comportamiento de los negocios verdes en Colombia según categoría, sector, subsector y región (2016).

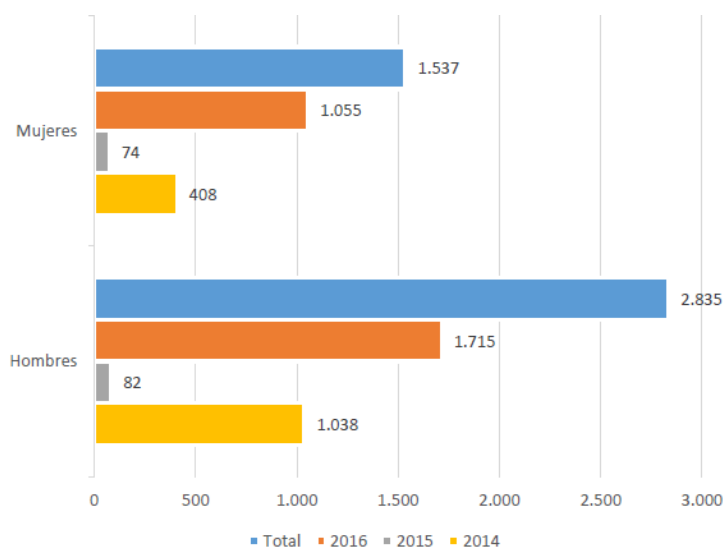


Fuente: (MADS, 2017).

Un punto a destacar de los negocios verdes y su impacto en lo económico para los gestores de estos negocios es el impulso de patentes derivadas de su actividad. Al año 2016 se derivaron de ello 14 patentes relacionadas con biopolímeros colorantes, cosméticos, bioplaguicidas, entre otros, (MADS, 2017).

La categorización de los empleos mediante el modelo de empresas o negocios verdes en Colombia ha tenido un comportamiento creciente, progresivo, siendo los hombres con mayor injerencia en el emprendimiento de los negocios verdes en el país.

Figura 5. comportamiento creciente, progresivo de hombres y mujeres en los NV



Fuente: MADS (2017).

En el año 2017 el avance de los negocios verdes en Colombia con la intervención del MADS mostró que en el 2016 la meta fue 142 NV, sin embargo, reportes de la entidad indican que se acompañaron 152 NV, lo que denota un cumplimiento del indicador del 104,31%. Luego en 2017 la meta fue acompañar 184 NV, y se llegó a 187. En el año 2018, la meta fue de 249 NV verificados y con asistencia en su proceso (Quintero, 2018). Tal dinámica desde el año 2014 al 2017 representó 986 negocios verdes identificados por el ente gubernamental ambiental.

En 2017 6.638 empleos directos fueron generados con NV y las ventas alcanzaron un total de \$136.356 millones (MADS, 2017).

Uno de los impactos sociales y económicos de la intervención interinstitucional de los Negocios verdes en el país, ha sido la cooperación de la Unión europea, la cual desde que se estableció apoyo desde su agencia de cooperación para el impulso de los negocios verdes, pasó de 559 negocios verificados a 898 en 2018. Las ventas totales en pesos de los negocios verdes en el país pasaron de 18.047 millones a 117.950.

En cuanto al número de empleos intervenidos con la cooperación internacional se logró pasar de un 27% a un 73% dada la intervención, es decir, de 1.815 pasó a 4.835 respectivamente, lo que en total representó 6.638 empleos directos (Quintero, 2018).

En una estimación del retorno de inversión por cada peso obtenido como apoyo en la cooperación a los negocios verdes gestionados desde la ONVS paso de \$1 a \$13 el retorno de esta. Tal aspecto creó un escenario de beneficio en el impulso y dinámica de los mercados y negocios verdes como prospectiva en el sector y mercado verde.

Al año 2020 la dinámica de los negocios verdes por categorías y sectores alcanzó un 82% de la participación de estos mercados en su mayoría por los bienes y servicios sostenibles, representado este por un 42% en los agrosistemas sostenibles, un 36% por el biocomercio y 4% en agroindustria sostenible.

En el caso de la categoría de eco productos industriales alcanzó una participación en el mercado verde de 18%, representado en 9,5\$ mediante el aprovechamiento y valoración de los residuos, un 8% otros bienes y servicios sostenibles, y un 0.5% en la construcción sostenible.

Los empleos generados a 2019 llegaron a 21.053, esto indicó un aumento del 52% respecto al cierre del año 2018 que se registraba en 10.172, siendo la participación de hombres con un 57% y mujeres con 43%.

Al año 2020 reportes de la ONVS del MADS indican que los empleos generados por los negocios verdes en Colombia llegan a 25.000 concentrados en 1958 empresas que integran el mercado de bienes y servicios de estos modelos de organizaciones amigables con el ambiente, la sociedad y el crecimiento verde en el país.

Para resaltar un ejemplo del impacto que causa los negocios verdes en algunas regiones de Colombia, la Corporación Autónoma Regional de Risaralda en el 2019 reportó que las ventas alcanzadas por este sector de economía verde fueron de \$3.908.387.192, en tanto el presupuesto de CARDER como autoridad ambiental es un 5,67% del valor que se generó en las ventas reportadas en su departamento (CARDER, 2019).

4.2.3 Contribución de las actividades productivas de mercados y negocios verdes en la conservación ambiental y ecológica entre 2018 y 2020.

La gestión desarrollada por los empresarios de negocios verdes constituye un factor de articulación del objetivo 12 de los ODS producción y consumo responsable, alineado a las políticas públicas de crecimiento verde, conservación de biodiversidad, entre otras proferidas a nivel nacional como de referente internacional que, propenden por una acción productiva con criterios de sostenibilidad.

Los negocios verdes en Colombia, direccionados con un marco normativo y de verificación de criterios aplicados, establece patrones que denotan en el mercado y negocios verdes un compromiso con el cuidado, la conservación, preservación y racionalidad del uso y manejo de

recursos naturales. En ello, el 100% de los consultados en la muestra aplicada el estudio monográfico indicó su compromiso con la conservación natural del territorio.

En complemento, factores como el cuidado del recurso suelo, el paisaje, la capa vegetal, las fuentes hídricas, la fauna, entre otros, constituyen ámbitos de principal correlación de sus actividades productivas de NV para mitigar, evitar y eliminar acciones contraproducentes que puedan afectar el entorno y elementos del ambiente.

De otra parte, un 68% de los consultados indicaron que su actividad productiva está asociada a procesos colaborativos de reforestación, recuperación y conservación de fuentes hídricas, así como de conservar hábitats fundamentales para la biodiversidad de su territorio. Entre las actividades que se asocian a esta gestión se encuentran las dedicadas a procesos de apicultura, agricultura orgánica, cultivos limpios de aromáticas, hortalizas, tubérculos, frutales endémicos, viveros, productos forestales, transformación de residuos vegetales en artesanías, entre otros que denotan la relación entre el recurso vegetal, la seguridad alimentaria y la oportunidad de emprender economías sostenibles de manera local y regional.

A continuación, se detalla los aspectos más significativos del impacto positivo ambiental que los negocios y mercados verdes están ejerciendo en sus territorios, con incidencia regional y nacional:

- Producción de alimentos orgánicos
- Producción de bienes que se integran a un ciclo de vida de las materias.
- Reciclabilidad de los materiales resultantes en el consumo, economía circular.
- Productos amigables con el ambiente y la salud de sus consumidores.

- Reducción del 80% y eliminación de un 20% de sustancias químicas y peligrosas en procesos productivos.
- Eliminación del 90% de sustancias que agotan la capa de ozono y un 10% de reducción significativa de estas.
- Integración de mejores prácticas agrícolas, ecológicas y sostenibles.
- Integración de alternativas de energía limpia para sus procesos.
- Potencializan el cuidado y conservación de los servicios ambientales.
- Establecen sinergias entre producción y conservación responsable.

4.2.3.1 Otros mercados verdes.

En Colombia existen otros mercados verdes más estructurados con respaldo de instrumentos económicos como la tasa retributiva por vertimientos, transferencia del sector eléctrico, tasa por utilización de agua, tasa compensatoria, tasa por aprovechamiento forestal, tasa compensatoria por caza de fauna silvestre, tasa por emisiones de GEI, y pagos por servicios ambientales (MADS, 2017). Lo anterior, denotan un impacto económico positivo para la economía verde, estos son manejados a una escala de inversión empresarial con grandes rubros económicos.

La siguiente tabla indica algunas de las cifras alcanzadas a 2017 de otros escenarios de mercados verdes en el país, mediante instrumentos financieros como el recaudo de impuestos por bolsas plásticas, impuesto al carbono, tasa por uso del agua y recaudo de visitas a parques nacionales naturales (PNNC, 2019).

Tabla 1. Otros mercados verdes, cifras en millones de pesos.

Concepto mercado verde	Años	
	2010	2017
Recaudo Impuesto Nacional al Consumo de Bolsas Plásticas	0	10.400,00
Recaudo Impuesto Nacional al Carbono	0	480.000,00
Tasa por Uso del Agua	12.000	60.000,00
Visitas a PNN	680.000	1,7

Fuente: MADS, (2018).

4.2.3.2 Bosques de Paz

En el 2010 no se tenía registro alguno de proyectos de bosques de paz, como tampoco programa alguno que indicara inclusión a comunidades y familias beneficiadas. En 2017 con el programa bosques de paz se realizaron 27 proyectos, en el 2018 crecieron a 50 proyectos. La inversión del gobierno de Colombia en la administración Santos invirtió 100 mil millones de pesos con cubrimiento en 270 mil hectáreas cuyas familias beneficiadas fueron 6.000, (MADS, 2018).

Por los aspectos antes descritos en este capítulo, se infiere que los mercados y negocios verdes representan una alternativa viable de ocupación, desarrollo y productividad que dinamiza la economía del país y fomenta el crecimiento verde. Esto representa un trabajo articulado de políticas públicas como la de producción y consumo sostenible, en un modelo de economía con criterios de sostenibilidad, y fundado en la necesidad de alinear acciones tendientes a lo que el actual gobierno a denominado en su pacto por la sostenibilidad de, producir conservando y conservar produciendo (DNP, 2018).

Finalmente, los negocios verdes si bien empiezan a ser una alternativa de economía verde, y que han mejorado los niveles de ingresos de sus empresarios, demandan una ocupación con

necesidades a resolver en el corto plazo desde el punto de vista de la gestión de sus organizaciones y estructura empresarial. Uno de los puntos relevantes del modelo de mercados y negocios verdes es su contribución con el ambiente, este es un modelo que, aun cuando está en escala pequeña, conforma en su mayoría, por microempresarios, es el modelo al que apunta la política de crecimiento verde para que las industrias en el país direccionen sus procesos y modelo, puede concluirse que es un ejemplo a seguir, a replicar y ante todo a mantener en el tiempo.

5. CONCLUSIONES

- La política pública que se determinó en Colombia como eje articulador del desarrollo sostenible para los entornos productivos, tiene una base de acción y transformación de procesos que derivan del impacto ambiental causado en la naturaleza. La variable que denota los fundamentos y lineamientos para encausar empresas hacia modelos menos perjudiciales de su interacción con el ambiente se soporta en el consumo. Es por ello, que se considera la política pública como el marco directriz hacia el cual las entidades públicas como privadas propenden por articular procesos y procedimientos que permitan mitigar, reducir o eliminar impactos negativos al ambiente, la sociedad, y por ende a la economía de largo plazo para la nación.

En el estudio que precede, se identificó la relevancia y transversalidad que en materia de políticas públicas se ejerce desde el ejecutivo para establecer acciones que, desde la economía, los mercados, los programas y proyectos de fomento al consumo y producción responsable posibiliten estructurar sinergias sostenibles. En esto, conjuga un eje transversal y articulador donde cada política relacionada con aspectos de educación y cultura ambiental, protección y conservación de los recursos naturales, convenios sobre biodiversidad, servicios ecosistémicos y ambientales, así como de la contribución hacia reducción de niveles de contaminación, son planteamientos normativos, que precisamente mediante programas, estrategias y planes se articulan de manera interinstitucional, participativa, incluyente con la comunidad para alcanzar metas sociales, económicas y por supuesto ambientales.

En este sentido, la política de mercados y negocios verdes denota en su aplicabilidad, especialmente en los últimos 6 años, una labor inter institucional desde el ejecutivo y articulada con autoridades ambientales regionales, para fortalecer y fomentar la participación ciudadana,

la cooperación al desarrollo productivo, así como de incrementar en las regiones del país, modelos de desarrollo humano productivo en un marco de política de negocios verdes con proyección de una economía verde.

En los últimos cuatro años la socialización, divulgación, inclusión y articulación de la política de mercados y negocios verdes en Colombia ha tenido mayor gestión y resultados positivos. Esto se debe en parte al compromiso de la nación ante la OCDE para ser más competitivo desde lo productivo, sin afectar las dinámicas propias del ambiente.

De igual manera, los compromisos adquiridos del Estado, el Gobierno y actores sociales como en el caso de los empresarios verdes, con relación a los ODS al 2030, exige impulsar negocios sostenibles. De hecho, las empresas verdes se armonizan con varios componentes de la energía limpia, la acción responsable por el clima, la educación ambiental, el saneamiento, el agua limpia y la biodiversidad. En ello las industrias responsables, ciudades y comunidades sostenibles, así como la producción y consumo responsable se dan en ocasiones mediante alianzas, determinantes para el desarrollo y cumplimiento de metas ante los objetivos trasados en el país. Y es precisamente en ello que la política pública desde su estrategia, plan y programas de mercados y negocios verdes posibilita articular acciones de los productores hacia los propósitos en bien común.

- De otra parte, los impactos sociales derivados del modelo de mercados y negocios verdes en Colombia muestran una tendencia creciente y favorable año tras año. Según la consulta aplicada a una parte de la población de negocios verdes en las diferentes regiones, la política pública ambiental en la última década, especialmente desde 2014, empezó a ser más incluyente, prospectiva y dinamizadora con las comunidades. Esto le permitió mostrar a los productores de

negocios verdes un nuevo panorama de oportunidades de desarrollo empresarial, cuyas unidades productivas venían de modelos de economía familiar sin una estructura organizativa, comercial, financiera, ni de mercado segmentado con viabilidad económica de su actividad. Sin embargo, ha sido precisamente la asistencia proporcionada por algunas entidades públicas y algunas privadas las que dieron un apoyo para ingresar a un modelo de economía verde y que, pese a las condiciones de competencia en el mercado tradicional, han podido diferenciarse, generar valor agregado a las empresas de negocios verdes, a sus marcas, productos y servicios.

El impacto social más representativo para quienes tienen negocios verdes es haber encontrado una ventana de oportunidad en un escenario de conflicto social, político y económico en el país. Quiere decir, ante las adversidades que se presentaban en algunos territorios del Colombia donde difícilmente hace 6 años hacia atrás no se podía generar otras alternativas productivas. Lo anterior, debido al conflicto armado, los desplazamientos forzados, la crisis económica, así como de la falta de apoyo y divulgación que posibilitara la inclusión de las comunidades en un modelo de desarrollo de economía que les generara posibilidades de tener algo propio, desde lo productivo, sin depender de terceros. Además de posibilitar, la construcción y desarrollo de una economía familiar, colaborativa, con la cual pasara de tener un empleo informal y esporádico a consolidar y generar puestos de trabajo directos, dada la evolución, participación y apoyo para impulsar los negocios verdes en el país.

En el estudio monográfico se identificó algunas dinámicas de ventas importantes para los sectores que hacen parte de las categorías de bienes y servicios ambientales, así como de los eco productos. Sin embargo, estos resultados son estimaciones que no son constantes, y exige para los mercados verdes, (los productores) establecer otras estrategias de comercio complementarias para dinamizar la producción en las regiones y la nación. Esto por cuanto no todos los negocios

verdes tienen ventas constantes, por tanto, sus ingresos varían, lo cual incide en aspectos de utilidad y rentabilidad en el corto plazo.

- Otro aspecto relevante de los negocios verdes en las regiones es el impacto ambiental que se generan en los territorios. Es decir, aquellos elementos en donde la política pública de mercados y negocios verdes tuvieron una incidencia positiva para la conservación de los territorios rurales en las regiones del país.

Cabe indicar que por sí solo, los negocios verdes no están resolviendo de manera directa la deforestación, contaminación, deterioro y desastres en la naturaleza, o contrarrestando las afectaciones a gran escala de hábitats para la biodiversidad y los recursos naturales. Pero sí se debe reconocer que los actuales mercados y negocios verdes no hacen parte de esa dinámica destructiva, por cuanto emplean criterios y procesos de conservación y producción sostenible. En ello, resalta el interés de los empresarios sostenibles en aplicar una cultura, conocimiento, educación con fundamentos de preservación de lo natural en su territorio y zonificación donde se ubica su actividad. Si bien, su enfoque empresarial apunta a un crecimiento verde, su prioridad apunta al cuidado de las fuentes hídricas, el suelo, su recurso vegetal, la calidad de un aire óptimo, limpio y saludable. En donde la economía verde, ligada a procesos productivos tiene como principio el respeto por la vida animal, vegetal y su entorno.

En síntesis, los mercados y negocios verdes entendido como los consumidores y productores de bienes y servicios con parámetros de sostenibilidad, contribuyen a reducir la huella ecológica, la huella de carbono, la huella hídrica, a recircular los residuos aprovechables, así como de integrar insumos y materias primas amigables con el ambiente. El modelo de negocios verdes enmarca un ámbito de economía cuyo modelo más que ser sostenible, es responsable, cuidadoso,

preventivo, cauto y alternativo cuando de aplicar acciones reales para cuidar el ambiente y la naturaleza se refiere.

De los 1958 negocios verdes que se han identificado y verificado en Colombia, es decir, que cumplen con criterios de sostenibilidad en sus procesos productivos, según estudio aplicado a 46 de estos negocios, su participación y compromiso con temas como educación y cultura ambiental con la sociedad es un factor intrínseco en su actuar corporativo, además de la injerencia en la promoción y divulgación de un consumo responsable en el mercado y segmento al que se dirige.

Finalmente, los negocios verdes en Colombia son una muestra de que, sí se puede hacer una economía basada en soluciones de la naturaleza, no solo al servicio del hombre, también al servicio de la misma, de los ecosistemas, del entorno y en bien común entre los seres vivos que habitamos el planeta.

6. RECOMENDACIONES

El estudio que antecede permitió tener una visión más real del tema respecto al planteamiento inicial del problema, lo cual lleva a recomendar los siguientes aspectos para futuros estudios de pregrado o maestría:

- Los mercados y negocios verdes constituyen un tema amplio de estudio en líneas de conocimiento relacionadas con la administración, la cual puede derivar en estudios transversales desde lo sociológico, cultural, antropológico, legal, económico, y en lo ambiental, esta última en contextos de cartografía temática, zonificación territorial, entre otros.
- La cooperación internacional de los negocios verdes en Colombia como mecanismo de apoyo para el fomento de estas actividades, es oportuna para ser abordado en líneas de estudio de economía ambiental, economía ecológica y economía verde conforme las cuentas ambientales del país. Además de una línea de estudio en gobierno y relaciones internacionales.
- La información de contexto económico, social y ambiental que se tiene en las 40 ventanillas de las autoridades ambientales en el país sobre negocios verdes, requiere un sistema de registro articulado en una plataforma de reporte, la cual a la fecha no se tiene consolidada en el sector SINA, ni en la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles del Ministerio de Ambiente del país. Lo que permite a ingenieros de sistemas desarrollar un modelo propositivo para este aplicativo, así como de aplicar modelos matemáticos y algebraicos para facilitar un análisis más preciso.

- Finalmente, el modelo de economía de negocios verdes amerita ser implementado en demás modelos tradicionales de actividades productivas a escala mayor (industrial), así como de articular estas iniciativas con proyectos de cultura y educación ambiental para fomentar de manera más eficaz el consumo responsable y la producción racional con equidad en el territorio nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, D. (2016). Crecimiento verde. Ciencia, tecnología e innovación. Documento consolidado. Recuperado en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Ambiente/Mision%20Crecimiento%20Verde/diagnostico/Documento%20Final%20CTI%20para%20Crecimiento%20Verde%20Diana%20Alarcon.pdf>
- ANDI. (2019). Colombia Balance 2019 y Perspectivas 2020. Recuperado en <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%202019%20y%20Perspectivas%202020%20-%20VF.pdf>
- Betancourth-Loaiza, L. L. (2010). Los consumidores ecológicos y el fomento de los mercados verdes: una alternativa hacia el bienestar espíritu, mente y salud a partir de la adopción de estilos de vida saludables. Eleuthera, Universidad de Caldas. pp193-210
- Bloom, D., E. (2020). Población 2020. La demografía puede incidir poderosamente en la velocidad y proceso de desarrollo económico. Finanzas y Desarrollo. Universidad de Harvard.
- Borderías, U, M., P., y Martín, R., E. (2011). Medio ambiente urbano. Primera Edición. Editorial UNED. España.
- Brundtland, G., H. (1987). Informe Brundtland, nuestro futuro común. Oxford University Press
- CARDER. (2019). Negocios verdes. Estado actual y perspectivas nacionales. Corporación Autónoma de Risaralda. Colombia. Recuperado de <https://www.utp.edu.co/centro-gestion-ambiental/diplomados-del-centro-de-gestion-ambiental/memorias-diplomado-negocios-verdes-carder-utp>
- Céspedes, S., A. (2005). Principios de mercadeo. Cuarta edición. Ecoe Ediciones. Bogotá: Colombia.
- DNP. (2017). Crecimiento verde para Colombia. Elementos conceptuales y experiencias internacionales. Departamento Nacional de Planeación. Bogotá: Colombia. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/diagnostico/Documento%20Final%20Crecimiento%20verde%20para%20Colombia.pdf>
- DNP. (2018). Pacto por la sostenibilidad. Departamento Nacional de Planeación. Bogotá: Colombia. Disponible en <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pactos-Transversales/Pacto-por-la-sostenibilidad/Sostenibilidad.aspx>

- Duque, E. (2009). Estructurantes del consumo. Colección Gerencia e Investigaciones. Editorial Universidad Libre. En Oscar Henao. Bogotá., Colombia. pp-112.
- Duque, G., E. (2013). Geopolítica de los negocios y mercados verdes. Ecoe ediciones. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá., Colombia
- Fernández, L & Gutiérrez, M. (2013). Bienestar Social, Económico y Ambiental para las Presentes y Futuras Generaciones. Información tecnológica, 24(2), 121-130. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642013000200013>
- Gligo, N. (1997). Los desafíos ambientales de las economías de los países de América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina (CEPAL). En Economía Ambiental: Lecciones de América Latina. Instituto Nacional de ecología. Disponible en https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/4/31914/ECONOMIA_AMBIENTAL_LECCIONES_DE_AL.pdf
- Goldstein, B., y Castañeda, M. (2001). Diversidad Biológica y recursos naturales. Ediciones Santillana. Buenos Aires: Argentina
- Guarnera, E., A. (2013). Aspectos esenciales de la interfase de las Zoonosis parasitarias. Primera edición. Título I. Editorial Dunken. Buenos Aires: Argentina
- Henríquez, L., R., & Oreste, B., R., I. (2015). Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial Sustentable. Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, 8(23),16-27. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4778/477847103002>
- Hoof, B.V, Monroy, N.,y Saer, A. (2008). Producción más limpia. Alfaomega Colombiana, Universidad de los Andes. Bogotá., Colombia pp-300
- Humboldt, (2019). Estado actual de la biodiversidad. Discusiones Post 2020. Instituto Alexander Von Humboldt. [Presentación] Marco de la convención para la Biodiversidad, Bogotá, Colombia.
- IRP (2019). Global Resources Outlook 2019: Natural Resources for the Future We Want. Report of the International Resource Panel. United Nations Environment Programme. Nairobi, Kenya. Recuperado en <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/27517>
- MacArthur, E. (2013). Towards the circular economy. Economic and business rationale for an accelerated transition. Founding Partners of the Ellen MacArthur Foundation.
- MAVDT. (2009). Mercados verdes y biocomercio sostenible. Ministerio de Ambiente vivienda y desarrollo territorial. Bogotá: Colombia

- MADS. (2014). Plan Nacional de Negocios Verdes. Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible. Bogotá, Colombia.
- MADS (agosto, 2016). Programa de Generación de Negocios Verdes: Gestión y Desarrollo para una Nueva Economía. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Colombia
- MADS. (2017). El Futuro de Colombia: Economía Verde y Sostenible. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá: Colombia. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=1832848d-cf84-4c2e-8f51-8ce41f6fb057>
- MADS. (2018). Informe de Gestión 2017. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá, Colombia.
- MADS (2020). Rendición de cuentas sector Ambiente. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá: Colombia. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ob8iB8ppQIM&t=8289s>
- Mankiw, G., N. P. (2009). Principios de Economía. Quinta edición. Editorial Cengage Learning.
- Ministerio del Medio Ambiente. (2002). Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes. Bogotá, Colombia.
- Nebel, B., y Wrighth, R. (1999). Ciencias Ambientales. Ecología y desarrollo sostenible. Sexta edición. Prentice Hall, Pearson. México.
- OCDE (septiembre, 2002). Hacia un consumo sostenible en los hogares. Tendencia y políticas en los países de la OCDE. Sinopsis de política. Observer, Organización de Cooperación y desarrollo Económico.
- OCDE. (2015). Towards green growth - Tracking progress 2015. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. París: Publicaciones OCDE.
- OCDE. (2019). Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2019. OECD Publishin, Paris.DOI <https://doi.org/10.1787/805f2a79-es>
- ONVS. (2013). Negocios Verdes una apuesta para la competitividad del país. Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles. Neider Eduardo Abello Aldana. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- ONVS. (2017). Ventanilla de Negocios Verdes. Sistematización de experiencias. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá, Colombia.

- PNNC, (2019). Estrategia Institucional de Negocios Verdes Sostenibles de Parques Nacionales Naturales. Bogotá: Colombia.
- PNUMA, (2011). Economía Verde: Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Recuperado de <http://sostenibilidadyprogreso.org/files/entradas/hacia-una-economia-verde.pdf>
- Presidencia de la República de Colombia. (2018). Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: Pacto por Colombia, pacto por la equidad. Bogotá, D. C., Colombia
- Prieto, H., J., E. (2009). Investigación de mercados. Primera edición. Ecoe ediciones. Bogotá: pp-220.
- Quintero, A, K (2018). Negocios verdes: pilar estratégico para el crecimiento verde de Colombia. Avances de los negocios verdes en el país. Grupo Promoción y Competitividad ONVS. Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible. Bogotá, Colombia.
- Riera, P.; García, D.; Kristrom, B.; y Braunnlund, R. (2012). Manual de economía ambiental y de los recursos naturales. Primera edición, Paraninfo. Madrid: España.
- Ruiz, T., H. (2007). Crecimiento económico y recursos naturales. Economía UNAM, 4(10), 124-133. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2007000100008&lng=es&tlng=es
- WWF (2020) Living Planet Report 2020 - Bending the curve of biodiversity loss. Almond, R.E.A., Grooten M. and Petersen, T. (Eds). WWF, Gland, Switzerland.

Anexos

Anexo 1. Mapa de zonificación de negocios verdes en Colombia, 2020.



Fuente: Tomado de

<https://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?webmap=32fbada818d84d29bfefc1018f55e197&extent=-92.6825,-8.055,-55.9003,25.4868>