

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

INVESTIGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DE  
LOS MERCADOS VERDES, PARA LOS SECTORES EMPRESARIALES EN  
COLOMBIA

AUTORES:

<sup>1</sup> BARRAGÁN RODRÍGUEZ JUAN ESTEBAN  
NAVAS CASTELBLANCO LISBETH DAJANNA  
RAMÍREZ SERRANO SARA DANIELA  
RODRÍGUEZ ROA JOSE LUIS

DIRECTOR:

GONZALO ANDRES RODRIGUEZ CAÑAS  
BOGOTÁ D.C.

2019 -11

## TABLA DE CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
2.	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	7
3.	OBJETIVOS.....	7
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	7
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
4.	JUSTIFICACIÓN .....	8
5.	MARCO TEÓRICO .....	9
5.1.	DEFINICIÓN GENERAL.....	9
5.2.	DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS, SECTORES Y SUBSECTORES DE NEGOCIOS VERDES .....	9
5.2.1.	Mercado de carbono: .....	9
5.2.2.	Eco productos Industriales: .....	10
5.2.3.	Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales: .....	10
5.3.	DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA CATEGORÍA: BIENES Y SERVICIOS SOSTENIBLES PROVENIENTES DE LOS RECURSOS NATURALES .....	10
5.3.1.	Agrosistemas sostenibles: .....	11
5.3.2.	Biocomercio:.....	11
5.3.3.	Negocios para la restauración: .....	13

5.4.	DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA CATEGORÍA	
	ECOPRODUCTOS INDUSTRIALES.....	13
5.4.1.	Aprovechamiento y valorización de los residuos: .....	14
5.4.2.	Fuentes no convencionales de energía renovable (FNCER):	
	14	
5.5.	DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA CATEGORÍA:	
	MERCADO DE CARBON .....	16
5.6.	CRITERIOS DE NEGOCIOS VERDES .....	17
5.7.	DESARROLLO DE CRITERIOS .....	18
5.7.1.	Viabilidad económica .....	18
5.7.2.	Impacto ambiental positivo del bien o servicio .....	18
5.8.	POLÍTICA PÚBLICA .....	19
5.9.	NORMATIVIDAD .....	22
6.	HIPÓTESIS.....	23
7.	VARIABLES DE INVESTIGACIÓN .....	23
7.1.	FINANCIAMIENTO VERDE.....	23
7.2.	CONOCIMIENTO TÉCNICO .....	23
7.3.	NORMATIVIDAD .....	24
7.4.	INCENTIVOS EN LA POLÍTICA PÚBLICA .....	24
8.	METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS .....	25
8.1.	PROPUESTA DE ENCUESTA.....	27
8.1.1.	Análisis de datos de la encuesta .....	28

8.1.2. Resultados entrevista .....	33
9. CONCLUSIONES .....	37
10. RECOMENDACIONES .....	38
11. REFERENCIAS.....	38

## TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Categorías de los negocios verdes en Colombia .....	9
Figura 2. Clasificación de la categoría “Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales.....	10
Figura 3. Clasificación de la categoría de Ecoproductos industriales.....	14
Figura 4. Clasificación de la categoría de mercados de carbono. ....	16
Figura 5. Metodología de la investigación sexta edición, Roberto Hernández Sampieri .....	27
Figura 6. Edad de las empresas verdes en Colombia.....	29
Figura 7. Sector de mercado de los negocios verdes en Colombia.....	30
Figura 8. Conocimiento de métodos financiación para mercados verdes en Colombia .....	32
Figura 9. Empresas beneficiadas de financiamiento para mercados verdes .....	32
Figura 10. Empresas verdes que han obtenidos beneficios tributarios .....	33

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mundo es dinámico, y el sector empresarial evoluciona diariamente entorno a la competitividad e innovación al interior y exterior de sí misma, hoy en día este desarrollo está enmarcado principalmente por la sostenibilidad, donde se encuentra un potencial campo para el sector productivo. Es así como los negocios verdes actualmente en Colombia tienen la capacidad de ser explorados ampliamente, brindando soluciones a la problemática ambiental por la que el planeta cruza actualmente.

Los Negocios Verdes surgen como una estrategia que fomenta la transformación productiva a través de un mejoramiento ambiental, esto se ve plasmado en la Política de Producción y Consumo Sostenible del año 2010. (Pérez, 2015). Dicho de otro modo, según Pineda, M (2015), “son aquellos que alcanzan el crecimiento bajo en carbono, haciendo un uso eficiente de los recursos y siendo socialmente incluyente, por lo que se entiende que el reverdecimiento de la economía, contrario a ser una barrera para el crecimiento, resulta ser un impulsor del crecimiento sano, que permite la erradicación de la inequidad y la pobreza y lleva a los países hacia la senda del desarrollo sostenible”.

Para lograrlo las empresas que implementan este modelo de negocio tienen en cuenta metodologías como ciclo de vida de sus productos, evaluación cuantitativa de sus riesgos, contabilidad y auditoría ambiental, implementación de energías renovables y compensación de su huella de carbono (Cohen, 2011)

De acuerdo con lo anterior los negocios verdes es el camino que permite llevar a los empresarios colombianos a la transición no solo por tendencia mundial, sino por la nueva dimensión en el rendimiento empresarial frente al cambio climático y el deterioro continuo de los recursos.

En este contexto la investigación que se desarrolla presenta las alternativas para la implementación y viabilidad de negocios verdes en las empresas colombianas aportando al desarrollo sostenible.

Colombia es uno de los lugares con mayor biodiversidad en el mundo en mamíferos, aves, reptiles, anfibios y especies endémicas (Informe sobre el estado de la biodiversidad en Colombia 2006-2007. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2008) y presenta muchos ecosistemas con excelentes posibilidades para el desarrollo y posicionamiento de los negocios verdes.

## 2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Permiten las políticas nacionales y factores como la financiación, el conocimiento técnico, el acceso a mercados verdes, entre otros, a los sectores empresariales a incursionar en este tipo de negocios?

## 3. OBJETIVOS

### 3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar si las políticas nacionales, factores como la financiación y el conocimiento técnico, permiten el acceso a mercados verdes e identificar si esto contribuye a los sectores empresariales a incursionar en este tipo de negocios.

### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las principales características en materia legal y tributaria que existen en Colombia para consolidar un negocio dentro de la línea de mercados verdes.
- Analizar el estado actual de los sectores donde están concentrados los mercados verdes, para conocer su tamaño, potencial de crecimiento y comparación con los mismos sectores en otros países.
- Identificar las principales líneas de financiamiento que existen en materia de créditos verdes, junto con las condiciones que se deben cumplir para acceder a ellos.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

“Es deber del Estado nacional proteger la diversidad y la integridad de ambiente, y conservar todas las áreas de especial o alta importancia ecológica, y fomentar la educación para el logro de estos fines”. (COLOMBIA, 1991), entrada la segunda mitad del siglo pasado, lo ambiental y el desarrollo económico eran dos problemas que se entendían y miraban por separado. Por ello, aquellas reflexiones críticas y sociales sobre la relación entre el medioambiente y el desarrollo surgieron cuando en grandes términos económicos, se empezó a sentir el carácter limitado de la oferta natural. (Sánchez, 2002, p. 79)

La tendencia económica y empresarial de los negocios verdes en el siglo XXI, es de alta importancia para el proceso de globalización, ya que representan la alternativa de seguir generando riqueza mundial, satisfacción de necesidades en el marco de la oferta y la demanda, desde la gran proyección de sostenibilidad (Pastrana, 2016)

“Promover y gestar el nuevo sector de los mercados verdes, dentro del sistema de producción colombiano, como una gran y eficaz alternativa de desarrollo del país”. (MINAMBIENTE M. d., PLAN NACIONAL DE MERCADOS VERDES, 2014)

Los sectores empresariales, hoy día están intentando incursionar en procesos ambientales y de sostenibilidad por diversos intereses, ya sea por responsabilidad ambiental o por marketing ambiental hacia sus partes interesadas, desean hacer parte del boom por la responsabilidad ambiental que se viene presentando hace algunos años, sin embargo sin la asesoría técnica necesaria para estos es complicado direccionar sus recursos en proyectos ambientales y hacer ver a sus stakeholders los beneficios que estos pueden llegar a generar, este proceso de investigación pretende dimensionar las diversas características que se presentan para el sector empresarial, la formulación y ejecución de proyectos enfocados en los negocios verdes en Colombia.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. DEFINICIÓN GENERAL

Negocios Verdes y Sostenibles: Contempla las actividades económicas en las que se 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)

Los Negocios Verdes se clasifican en tres (3) categorías y ocho (8) sectores, que pueden ser dinámicos y cambiantes en el tiempo, Su característica fundamental es la sostenibilidad y su reglamentación es dada por cada una de las autoridades competentes,

### 5.2. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS, SECTORES Y SUBSECTORES DE NEGOCIOS VERDES

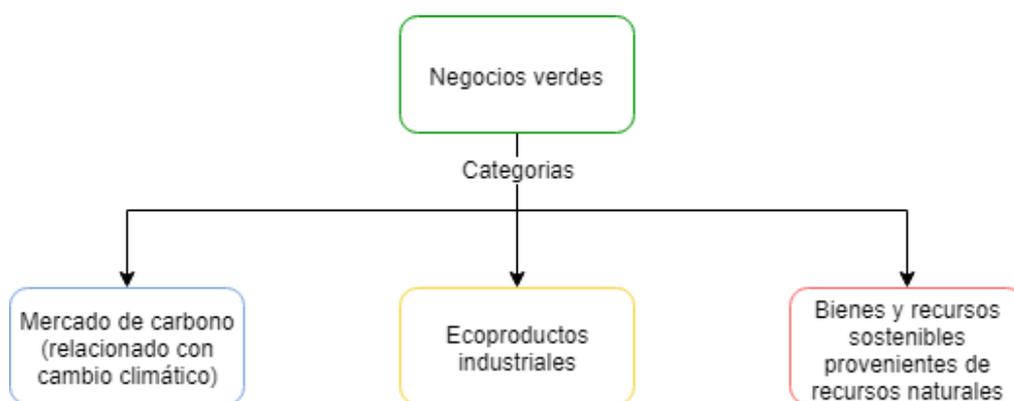


Figura 1. Categorías de los negocios verdes en Colombia

#### 5.2.1. Mercado de carbono:

Los Mercados de carbono son sistemas de comercio a través de los cuales se pueden vender o adquirir reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Se dividen en mercado regulado y mercado voluntario. (Protocolo de Kioto).

### 5.2.2. Eco productos Industriales:

Son todos aquellos bienes que pueden demostrar que, en su proceso productivo, resultan ser menos contaminantes al medio, respecto a otros productos de su segmento; o que, por las características intrínsecas del producto, de su utilización o de su proceso productivo, generan beneficios al ambiente. (Banco de la República, 2015)

### 5.2.3. Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales:

Son aquellos que, en su proceso de aprovechamiento, producción, manejo, transformación, comercialización y/o disposición, incorporan mejores prácticas ambientales, garantizando la conservación del medio de donde fueron extraídos y la sostenibilidad del recurso. (ONVS, 2014).

### 5.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA CATEGORÍA: BIENES Y SERVICIOS SOSTENIBLES PROVENIENTES DE LOS RECURSOS NATURALES

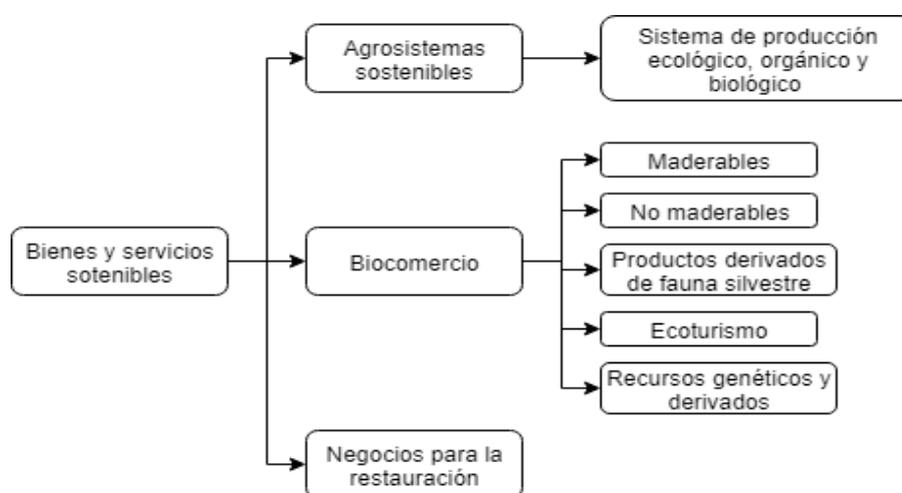


Figura 2. Clasificación de la categoría "Bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales"

### 5.3.1. Agrosistemas sostenibles:

Unidad de producción de alimentos, materias primas, servicios ambientales y otros satisfactores de origen agrícola basados en el manejo agroecológico tendiente al mejoramiento social, económico y ambiental a corto, mediano y largo plazo para beneficio de la sociedad, sin deteriorar la base de los recursos naturales (Colpos, 2018).

#### 5.3.1.1. Sistema de producción ecológico, orgánico o biológico:

Sistema holístico de gestión de la producción agropecuaria, acuícola, forestal y pesquera que promueve la conservación de la biodiversidad, los ciclos biológicos, el reciclaje de nutrientes, el cuidado del suelo y el agua, el balance energético del sistema y la actividad biológica del mismo. Este modelo se basa en la reducción de insumos externos, la exclusión de agro insumos de síntesis química y la exclusión de organismos genéticamente modificados - OGM (adaptado de la Resolución 187 de 2006 – ONVS, 2014).

### 5.3.2. Biocomercio:

Se refiere al conjunto de actividades de recolección y/o producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo - UNCTAD, 2012).

#### 5.3.2.1. Productos Maderables:

Aquellos provenientes del aprovechamiento sostenible de especies maderables de bosques naturales y plantaciones de especies nativas con fines de comercialización de maderas como materia prima o transformada (ONVS,2014)

#### 5.3.2.2. Productos no Maderables:

Aquellos productos obtenidos mediante el aprovechamiento sostenible de la flora 25, diferentes a productos maderables. Estos pueden ser: exudados (resinas, aceites, oleorresinas, utilizados para alimentación, productos farmacéuticos o industriales), estructuras vegetativas (tallos, hojas, raíces, yemas apicales) y partes reproductivas (nueces, frutos, aceites de semillas y semillas), entre otros (ONVS, 2014).

#### 5.3.2.3. Productos derivados de la fauna silvestre:

Productos y subproductos derivados de las poblaciones de fauna silvestre: Son los productos procedentes de la extracción directa de las poblaciones naturales de fauna silvestre, bajo medidas de manejo y extracción que permitan un mantenimiento y conservación de la especie y su hábitat (ONVS, 2014).

#### 5.3.2.4. Productos y subproductos derivados de los sistemas de producción de fauna:

Son los productos procedentes de sistemas productivos de especies de fauna silvestre, en ciclo cerrado y sin afectar a las poblaciones naturales (OVNS, 2014).

#### 5.3.2.5. Turismo de la naturaleza:

Es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

#### 5.3.2.6. Ecoturismo:

Es una de las actividades en las cuales se hace más viable la implantación de modelos de desarrollo sostenible; a través de él se ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de la oferta ambiental de un área geográfica, representada ya sea en su diversidad biológica (número total de especies) o ecosistémica (características geológicas o geomorfológicas) o en sus paisajes y acervo cultural, a cambio de una retribución (manifiesta en términos de ingresos) que benefician, en primera instancia, a las comunidades que viven en las zonas de influencia de las áreas protegidas o de cualquier otra área natural con atractivos para los visitantes. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2003)

#### 5.3.2.7. Recursos genéticos:

Comprenden todo material de naturaleza biológica que contenga información genética (unidades funcionales de la herencia) de valor o utilidad real o potencial (Decisión 391 de 1996, Ley 165 de 1994).

#### 5.3.3. Negocios para la restauración:

Es el desarrollo de procesos de restauración de ecosistemas naturales degradados, a partir de la producción, provisión o transacción de material vegetal, biorremediación, entre otros<sup>26</sup> (ONVS, DBBSE, 2014).

### 5.4. DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA CATEGORÍA ECOPRODUCTOS INDUSTRIALES

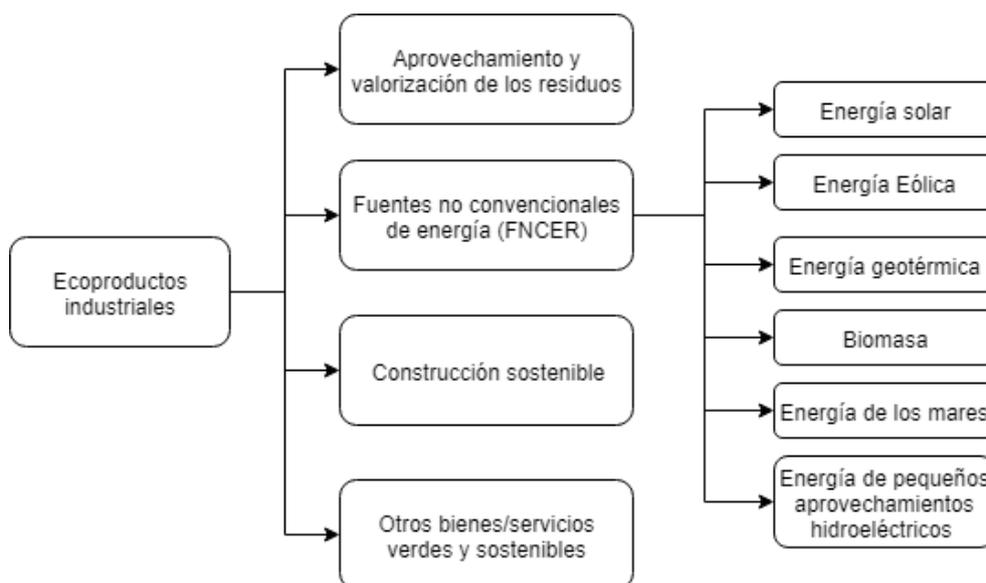


Figura 3. Clasificación de la categoría de Ecoproductos industriales

#### 5.4.1. Aprovechamiento y valorización de los residuos:

Son los negocios que obtienen subproductos o productos que se reincorporan en el ciclo económico y productivo, a través del procesamiento de los residuos para su reutilización, reciclaje, compostaje, valorización energética o cualquier otra modalidad, en el marco de la gestión integral de residuos (DAASU – ONVS 2014)

#### 5.4.2. Fuentes no convencionales de energía renovable (FNCR):

Son aquellos recursos de energía renovable disponibles a nivel mundial, que son ambientalmente sostenibles pero que en el país no son empleados o son utilizados de manera marginal y no se comercializan ampliamente. Entre estas fuentes están la biomasa, los pequeños aprovechamientos hidroeléctricos, las energías eólica, geotérmica y solar, y los mares (Ley 1715 de 2014).

##### 5.4.2.1. Energía Solar:

Energía obtenida a partir de la radiación electromagnética proveniente del sol (Ley 1715 de 2014).

#### 5.4.2.2. Energía Eólica:

Energía obtenida a partir del movimiento de las masas de aire (Ley 1715 de 2014).

#### 5.4.2.3. Energía Geotérmica:

Energía obtenida a partir del calor que yace en el subsuelo terrestre (Ley 1715 de 2014).

#### 5.4.2.4. . Biomasa:

Energía obtenida a partir de la degradación espontánea o inducida de cualquier tipo de materia orgánica que ha tenido su origen inmediato como consecuencia de un proceso biológico y toda materia vegetal originada por el proceso de fotosíntesis, así como de los procesos metabólicos de los organismos heterótrofos, y que no contiene o haya estado en contacto con trazas de elementos que le confieren algún grado de peligrosidad (Ley 1715 de 2014).

#### 5.4.2.5. Energía de los mares:

Energía obtenida a partir de fenómenos naturales marinos como las mareas, el oleaje, las corrientes marinas, los gradientes térmicos oceánicos y los gradientes de salinidad, entre otros posibles (Ley 1715 de 2014).

#### 5.4.2.6. Energía de pequeños aprovechamientos hidroeléctricos:

Energía obtenida a partir de los cuerpos de agua a pequeña escala (Ley 1715 de 2014). Nota: En Colombia las hidroeléctricas son consideradas una “fuente convencional de energía limpia”, por lo tanto, no entran dentro de la clasificación de FNCER.

**Construcción sostenible:** es aquella que está en sincronía con el sitio, hace uso de energía, agua y materiales de un modo eficiente y

proporciona confort y salud a sus usuarios. Todo esto es alcanzado gracias a un proceso de diseño consciente del clima y la ecología del entorno donde se construye la edificación. (Ministerio de Vivienda, 2019).

**Otros bienes/servicios verdes y sostenibles:** Son aquellos negocios que no se encuentran clasificados en los sectores mencionados en la categorización de Negocios Verdes, pero que están basados en procesos de innovación o desarrollos tecnológicos que permiten agregar valor al producto y que incorporan acciones orientadas a la mejora ambiental del producto o servicio en todas las etapas de su ciclo de vida, desde su concepción hasta su tratamiento como residuo o introducción al ciclo productivo (ONVS, 2014)

#### 5.5. DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LA CATEGORÍA:

##### MERCADO DE CARBON

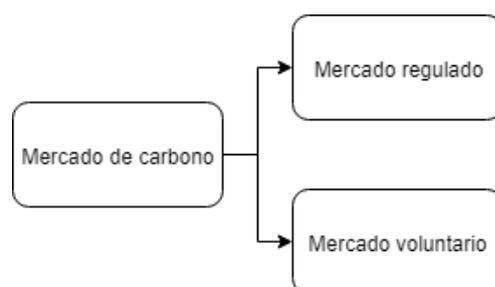


Figura 4. Clasificación de la categoría de mercados de carbono.

**Mercado Regulado:** Está regido por el Protocolo de Kioto, bajo la Convención de las Naciones Unidas para el Cambio Climático (CMNUCC). Es el mercado en el que las organizaciones y las entidades gubernamentales comercializan créditos de reducción de emisiones, teniendo en cuenta sus compromisos con los objetivos del Protocolo de Kioto. (*Plan Nacional de Negocios Verdes*, s. f.)

**Mercado Voluntario:** No está regulado por el Protocolo de Kioto. La participación en los Mercados Voluntarios se caracteriza por ser opcional y no basada en regulaciones. Mercado donde los individuos,

organizaciones o gobiernos pueden comprar créditos de carbono para compensar su huella de carbono, dentro de un marco voluntario. (*Plan Nacional de Negocios Verdes*, s. f.)

## 5.6. CRITERIOS DE NEGOCIOS VERDES

Permiten señalar los aspectos del bien o servicio que son fundamentales en contexto de la sostenibilidad y que permitirán identificar una oferta de bienes o servicios de negocios verdes que, sin disminuir sus características de calidad, procurando no causar efectos indeseables en el entorno físico y social y generan unos impactos ambientales directos (ONVS, 2014).

La importancia de los criterios de negocios verdes es asegurar los beneficios directos derivados de los negocios verdes al productor, consumidor y a la sociedad; permitir apreciar relaciones vitales del bien o servicio con aspectos como la biodiversidad, productividad, protección de los recursos renovables y no renovables; e informar al consumidor y brindar herramientas que puedan ejercer su derecho a un consumo responsable, con pleno conocimiento del impacto de sus objetos de compra (ONVS, 2014).

### **Características de los criterios**

- Es importante aclarar que no se considerarán como criterios aspectos ambientales y sociales que sean requisitos de ley, ya que se entiende que el mínimo requerido es cumplir con la legislación nacional e internacional aplicable. (*Plan Nacional de Negocios Verdes*, s. f.)
- Los criterios que se mencionan a continuación son implementados de manera adicional y voluntaria por las empresas, buscando dar un valor agregado a sus bienes y servicios considerados como Negocios Verdes y Sostenibles. (*Plan Nacional de Negocios Verdes*, s. f.)

### **Criterios**

1. Viabilidad económica del negocio
2. Impacto ambiental positivo del bien o servicio

3. Enfoque de ciclo de vida del bien o servicio
4. Vida útil
5. No uso de sustancias o materiales peligrosos
6. Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados
7. Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio
8. Responsabilidad social al interior de la empresa
9. Responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa
10. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa
11. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio
12. Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos

## 5.7. DESARROLLO DE CRITERIOS

### 5.7.1. Viabilidad económica

Las ideas de negocio y las empresas constituidas legalmente deben demostrar su viabilidad económica, la cual es un indicador primordial para decidir si una idea se puede transformar en empresa, y si una empresa se puede sostener y crecer en el mercado. La viabilidad económica reúne y analiza toda la información obtenida en la evaluación de la factibilidad técnica, legal, comercial y organizativa de la empresa.

Una empresa es viable económicamente cuando los recursos generados por sus ventas son suficientes para hacerle frente a las necesidades financieras que se presentan y a la remuneración de sus empleados y/o la distribución de utilidades entre sus socios o accionistas.

### 5.7.2. Impacto ambiental positivo del bien o servicio

El bien o servicio debe demostrar que genera un impacto positivo en el ambiente y que contribuye a la conservación y preservación de los servicios ecosistémicos (aprovisionamiento, regulación, soporte, culturales) en su área de influencia directa.

## Algunos impactos ambientales positivos

- Conservación
- Cambio de materiales no renovables por renovables
- Mantenimiento de la biodiversidad nativa
- Cambios de fuentes de energía no renovables por renovables
- Disminución de la presión sobre el recurso
- Disminución de la contaminación
- Mantenimiento de servicios ecosistémicos
- Educación y cultura ambiental
- Repoblación y mantenimiento de la base natural
- Mejoramiento de las condiciones de los recursos naturales
- Reducción de las emisiones de gases efecto invernadero
- Respeto al conocimiento de las prácticas culturales tradicionales amigables

### 5.8. POLÍTICA PÚBLICA

Desde 2014 viene un proceso de enlace entre la Oficina de Negocios Verdes del MADS y las AA en su rol de promover los negocios verdes, en el marco del PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES y su documento de orientación el PROGRAMA REGIONAL DE NEGOCIOS VERDES ZONA CENTRO, el cual se implementa a través de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación interinstitucional que conlleve al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural. Para posicionar los negocios como un motor importante de la economía en el territorio. (Antia, M. 2019).

Los elementos de Política Pública que sustentan el Plan y el Programa Regional son:

- **Política de Producción y Consumo sostenible PPCS - MADS:**  
Cuyo objetivo es cambiar los patrones de producción y consumo reduciendo la contaminación, conservando, fomentando el uso

sostenible de la biodiversidad, como fuentes de competitividad empresarial.

#### Estrategia 7: “Emprendimiento de negocios verdes”.

##### Acciones instrumentales

1. Ampliación de la capacidad de redes y programas de incubación y aceleración de emprendimientos verdes. Ej. Observatorio Nacional de Biocomercio

2. Fortalecimiento de ferias, exposiciones y espacios de intercambio

3. Articulación y creación de fondos de inversión de capital semilla

4. Desarrollo de una plataforma de información pública sobre emprendimientos sostenibles

5. Articulación de concursos de planes de negocios enfocados al emprendimiento de NV

##### Sectores estratégicos para enfatizar

1. Productos y servicios de la biodiversidad

2. Alimentos ecológicos

3. Agroindustrial, manufacturero (envases y empaques- alimentos)

4. Turismo

##### Aspectos transversales

1. Sistema de aprovechamiento de residuos a nivel regional

2. Auto declaraciones o certificaciones ambientales

3. Espacios comerciales como Bioexpo Colombia

4. Plataforma de divulgación pública e información sobre productos, servicios y proveedores

5. Fortalecer la capacidad de investigación aplicada en producción y consumo sostenible

6. Promover el desarrollo de negocios inclusivos

##### Áreas prioritarias

Corresponden a la estrategia 4 de la PPCS, Fortalecimiento de capacidades de investigación

- **Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018:** Establece que el Gobierno debe crear una instancia de coordinación intersectorial - las ventanillas/nodos de negocios verdes- para garantizar un modelo de desarrollo sostenible que promueva y garantice pactos territoriales participativos para el desarrollo humano y el ambiente sostenible. Adicionalmente mediante la “misión de Crecimiento Verde”, incrementar su desarrollo económico y competitividad.... Y para ello: el plan nacional de negocios verdes y los programas regionales de negocios verdes.

- **CONPES 3934 de julio de 2018. Misión de Crecimiento verde:** Hoja de Ruta para el aprovechamiento que el país debería hacer sobre la bioeconomía de aquí a 2030, donde los Negocios Verdes Sostenibles (NVS) serán 12.630 verificados en un horizonte de 12 años.

El Conpes confirma que Bancoldex pondrá a disposición del sector empresarial que tenga como objetivo el fomento del crecimiento verde, unos 850 mil millones de pesos, en créditos, entre 2018 y 2022. Se propone como estrategia que tiene como indicadores un mejor uso y aprovechamiento del agua, suelo y energía. Referente sobre uso y aprovechamiento del agua: La urgencia que tiene el país para hacer del agua un recurso mucho más eficiente en términos de economía. “Colombia produce 18,9 dólares por cada metro cúbico de agua extraída, mientras que los países de ingreso medio alto producen en promedio 27 dólares por metro cúbico y los países miembros de la OCDE producen 114,44 dólares por metro cúbico. Aunque Colombia es el decimoquinto país a escala mundial en disponibilidad de agua, los recursos hídricos no se aprovechan de manera eficiente ni se conservan”.

- **Convenio sobre la biodiversidad biológica – CDB (Rio de Janeiro 1992) Adhesión mediante la ley 165 de 1994 y Política Nacional de Biodiversidad – PNB de 1996**

- **Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus servicios ecosistémicos PNGIBSE – 2011.**

Es el marco orientador de otros instrumentos ambientales para la conservación de la biodiversidad, cuyo objetivo es promover la gestión integral para la conservación de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos, de manera que se mantenga y mejore la resiliencia de los sistemas socio-ecológicos a escala nacional, regional y local. Esta política considera escenarios de cambio a través de la acción conjunta, coordinada y concertada del estado, el sector productivo y la sociedad civil. (Se complementa con la Declaración de Crecimiento Verde de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE a la cual pertenece Colombia desde 2013)

Eje Temático No. 3: Biodiversidad, desarrollo económico, competitividad y calidad de vida. Consolida a través de los NV, Metas AICHI para reducir tasas de pérdida de la biodiversidad

- **Programa Nacional de biocomercio sostenible – PNBS. 2010:** Reto: contribuir a la generación de riqueza y de oportunidades especialmente para la población rural, aportando a la conservación de biodiversidad colombiana, a través de su uso comercial sostenible.

#### 5.9. NORMATIVIDAD

- **Resolución 667 de 2016 del MADS:** Establece indicadores mínimos de obligatorio cumplimiento para las AA, que deben ser incluidos en los planes de acción institucional 2016-2019

Estos indicadores son:

- a. Indicadores de desarrollo sostenible
- b. Indicadores ambientales
- c. Indicadores de gestión

- **Decreto ley 3570 de 2011:** Modifica objetivos y estructura del MADS y otorga funciones a las ONVS, entre ellas:
  - a. Impulsar políticas, planes y programas de investigación, desarrollo e innovación en productos de la biodiversidad.
  - b. Proponer estrategias de negocio para potenciar la conservación en el contexto de sectores productivos competitivos con alto componente ambiental.
  - c. Asesorar, diseñar, evaluar y hacer seguimiento de estrategias e instrumentos económicos, tributarios y financieros.

## 6. HIPÓTESIS

Los avances en materia de financiamiento, políticas nacionales y conocimiento técnico, facilitan el acceso a mercados verdes para el sector empresarial.

## 7. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Para este proyecto se establecieron 4 variables nominales independientes, que permitirán tener una visión más clara a la hora de establecer si es acertada o no la hipótesis planteada, estas variables a tener en cuenta son;

### 7.1. FINANCIAMIENTO VERDE

El llamado financiamiento verde es el financiamiento de inversiones que brindan beneficios ambientales, más específicamente los esfuerzos para internalizar externalidades (ambientales) y ajustar la tolerancia al riesgo a fin de impulsar inversiones respetuosas con el medio ambiente y reducir las perjudiciales para el medio ambiente (Finance, G. (2016))

### 7.2. CONOCIMIENTO TÉCNICO

Los mercados verdes en Colombia se rigen por el Plan de Negocios Verdes del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Dicho documento traza varios enfoques, como son: los mecanismos de desarrollo limpio (para reducir gases de efecto invernadero), el aprovechamiento sostenible de los

recursos naturales, los ecoproductos industriales (productos menos contaminantes a partir de tecnologías limpias) y los servicios ambientales (los que provee la naturaleza al hombre, por ejemplo, el turismo ambiental). (Grisales, 2016)

### 7.3. NORMATIVIDAD

Para Colombia la normatividad en el sector de negocios verdes, es un avance la creación de una oferta de bienes y servicios sostenibles que generan impactos positivos al medio ambiente y a la salud humana y posicionan a Colombia como un país proveedor de negocios verdes a nivel mundial (MINAMBIENTE M. d., PLAN NACIONAL DE MERCADOS VERDES, 2014).

El último Plan Nacional de Desarrollo "Hacia un Estado Comunitario 2002-2006" plantea los mercados verdes, como una posibilidad estratégica para desarrollar nuevos productos derivados del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, para la conservación, la promoción del manejo de especies silvestres amenazadas, la creación de nuevas empresas medianas y pequeñas bajo distintas modalidades asociativas de trabajo y el incremento en la generación de empleo. El Programa de mercados verdes del MAVDT y la línea de investigación en Biocomercio Sostenible del IAvH, son las dos iniciativas que, de forma programática, han venido impulsando el uso sostenible de la diversidad biológica como estrategia para su conservación. (MINAMBIENTE M. d., COLOMBIA MEGADIVERSA)

### 7.4. INCENTIVOS EN LA POLÍTICA PÚBLICA

Se han creado políticas públicas, la tendencia es a involucrar modelos de conservación de la Tierra. Además, hay fondos de inversión. De acuerdo con la Asociación Colombiana de Fondos de Capital Privado (Colcapital), en 2003, en el país existían tres fondos y actualmente son más de 50 fondos para los mercados verdes.

Además, existen tres tipos de beneficios los cuales son; incentivos económicos que constan de certificaciones verificables que acreditan su productos o servicios, además del pago por servicios verdes, incentivos

tributarios, los cuales son otorgados a empresas con impacto ambiental bajo y benefician a los empresarios con deducciones en IVA, renta y exención de impuesto predial por conservación e incentivos a la ciencia, tecnología e innovación, el cual da la oportunidad de financiación a los nuevos mercados incluyendo los negocios verdes. (MINAMBIENTE M. d., PLAN NACIONAL DE MERCADOS VERDES, 2014)

## 8. METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS

La investigación presentada se lleva a cabo bajo un enfoque cualitativo y se desarrolla basada en algunas estrategias metodológicas, en donde hay una variedad de concepciones, marcos de referencias y conceptos basados en experiencias sobre el tema de mercados verdes, con el fin de visualizar desde la inmersión del emprendedor en estos mercados la factibilidad y viabilidad real que se presenta para los mercados verdes en Colombia.

Actualmente, la industria se está moviendo hacia ideas de negocio innovadoras y que su core business sea basado sobre procesos sostenibles ambientalmente, esto nos lleva a plantear, si realmente existen oportunidades para los empresarios nuevos o que emprendan en este sector en Colombia y no solo en el mercado sino también su facilidad de moverse con la legislación en este campo ambiental y si hay formación técnica que facilite la entrada de cualquier idea basada en negocios verdes al mercado colombiano.

Teniendo en cuenta esta inquietud, se inicia el proceso de investigación, conglomerando y analizando marcos de referencia soportados bibliográficamente, relacionados con política nacionales, factores de financiación en entidades bancarias presentes en Colombia y que mencionaran aunque fuese un asomo de mercados o negocios verdes, profesionales o conocimiento en organizaciones sobre este tipo de mercados, los sectores que se evaluarán son mercado de carbono, ecoproductos industriales, bienes y recursos sostenibles provenientes de recurso natural, con el fin de tener un contexto del mercado actualmente y el proceso en el que se encuentran cada una de las organizaciones.

En consecuencia de la investigación, y con el fin de tener una visión real de la interacción de las variables planteadas, se establecieron como estrategias metodológicas, dos actividades; acercamientos a mercados verdes acreditados por entidades de control ambiental con el fin de adquirir asomos de información acerca de sus actividades y entrevistas, que serán aplicadas a profesionales relacionados con las variables ya sea en experiencia o en conocimiento, para la elaboración de las encuestas se tuvo en cuenta; la información que queremos adquirir, datos básicos y fáciles de responder, datos de relación con las variables sobre la experiencia del encuestado y una interacción básica entre las dos partes.

En la etapa de evaluación, se definirán los tópicos que se quieren abarcar en las entrevistas, esta misma será aplicada a los involucrados en el proceso de investigación, en la elaboración de la forma a aplicar en los profesionales se tuvieron en cuenta como en el ejercicio de las encuestas la información que se requiere adquirir, los aspectos generales a los cuales se quiere llegar, la longitud de la misma y la cantidad de preguntas adecuadas para lograr la interacción necesaria para llegar al punto cúspide esperado.

Entonces, al finalizar el proceso de toma y recolección de información se comparará y contrastará los aspectos metodológicos planteados sobre los resultados obtenidos de las dos estrategias, y se procederá a la interpretación de los resultados obtenidos.

De esta manera y para finalizar el proceso de metodología e iniciar con la aplicación con el fin de lograr resultados, se definirán entonces las formas de encuestas y entrevistas así como las empresas y los profesionales a investigar, de los sectores empresariales de mercados verdes para Colombia de acuerdo a la información recolectada, el objetivo primordial de la investigación es, conocer, analizar y caracterizar el acceso a los mercados verdes desde la perspectiva empresarial.

Los sectores que se evaluarán son mercado de carbono, Ecoproductos industriales, bienes y recursos sostenibles provenientes de recurso natural, con el fin de tener un contexto del mercado actualmente y el proceso en el que se encuentran cada una de las organizaciones.

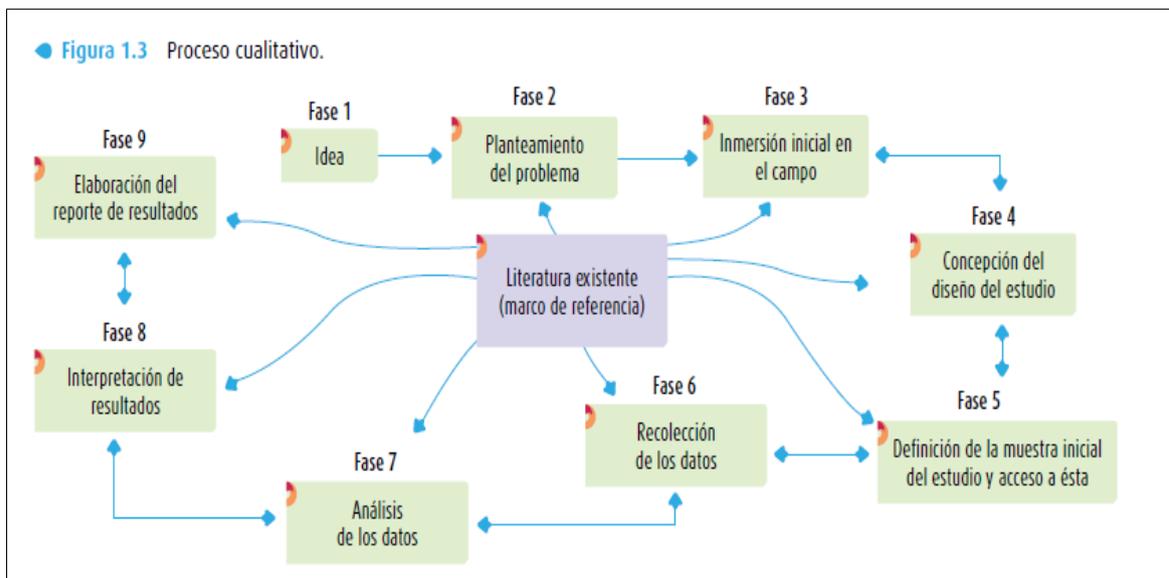


Figura 5. Metodología de la investigación sexta edición, Roberto Hernández Sampieri

## 8.1. PROPUESTA DE ENCUESTA

A través del programa de especialización de gerencia de proyectos se encuentra desarrollando actualmente un trabajo de investigación relacionado con las estrategias de factibilidad y viabilidad de los mercados verdes, para los sectores empresariales en Colombia

Nombre de la organización

Nombre del encuestado

Cargo que desempeña

### ENCUESTA DE ACERCAMIENTO DE CONTEXTO

1. ¿Cuántos años tiene la empresa desde su constitución formal?

- menor a un año
- entre 1 a 3 años
- entre 3 a 5 años
- mayor a 5 años

2. ¿en qué sector del mercado de negocios verdes se encuentra?

- Mercado de carbono (relacionado con el cambio climático)

- Eco productos industriales
- Bienes y recursos sostenibles provenientes de recursos naturales
- ¿otro?, describa el mercado \_\_\_\_\_

3. ¿Conoce métodos de financiación especiales para negocios verdes en Colombia?

4. ¿Ha sido beneficiario de algún plan financiero para negocios verdes?

Si

No

Cual\_\_\_\_\_

5. ¿cuál es el nombre de la fundación, plan o proyecto de donde ha obtenido la financiación de su negocio verde?

6. ¿conoce las características tributarias para él la línea de mercados verdes?

Si

No

Cuales\_\_\_\_\_

7. ¿Ha sido parte de algún beneficio tributario?

Si

No

Cual\_\_\_\_\_

8. ¿la organización dentro de los procesos, maneja o implementa algunas de las políticas nacionales para mercados verdes?

#### 8.1.1. Análisis de datos de la encuesta

A continuación se expone el análisis del sector empresarial de mercados verdes, gracias a la información obtenida de los distintos grupos mediante el método de encuesta a organizaciones a nivel nacional. Para ello se han desarrollado distintas preguntas que ayudarán a identificar el estado de conocimiento de

políticas para mercados verdes y los métodos de financiación que pueden adquirir a lo largo de su trayectoria como empresa verde en Colombia

- **Edad de las empresas verdes en Colombia**

A lo largo del tiempo las empresas adquieren madurez, que se ve reflejado en su crecimiento, políticas, en desarrollo de proyectos que vinculan la sociedad, lo ambiental y por supuesto lo económico. Por esta razón es importante determinar el tiempo que llevan estas empresas ejerciendo, teniendo en cuenta que el apoyo a este tipo de empresas se viene dando desde hace pocos años.

A continuación se expone la figura 6. “Edad de las empresas verdes en Colombia

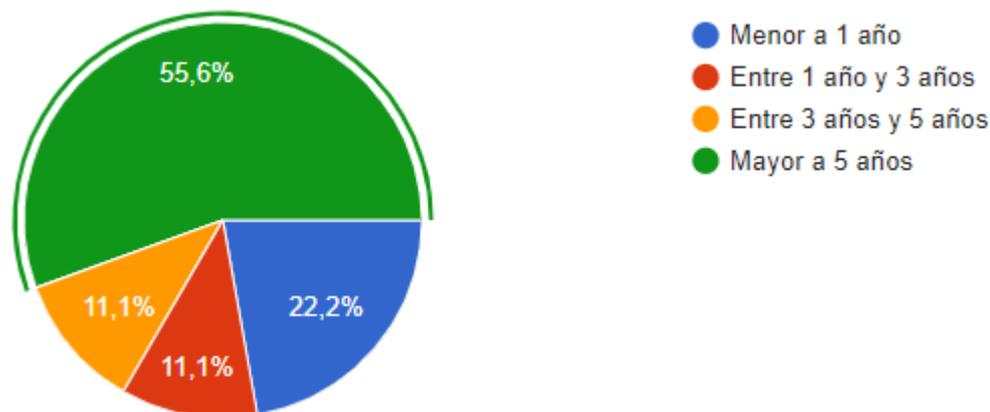


Figura 6. Edad de las empresas verdes en Colombia.

En Colombia se han desarrollado mercados alrededor de sector ambiental, estas empresas que incursionan en este nicho han ido consolidándose cada vez más, para ello se desglosa en 4 segmentos. El primero y con mayor influencia en nuestra encuesta siendo el 55,6% son empresas cuya edad es mayor a 5 años, y en segunda medida las menores a 1 año con un 22,2%.

En Colombia se han desarrollado mercados alrededor de sector ambiental, estas empresas que incursionan en este nicho han ido consolidándose cada vez más, para ello se desglosa en 4 segmentos. El primero y con mayor influencia en nuestra encuesta siendo el 55,6% son empresas cuya

edad es mayor a 5 años, y en segunda medida las menores a 1 año con un 22,2%.

Las empresas menores a 1 año tienen fuerte influencia por los planes de desarrollo que se llevan a cabo desde el ministerio de ambiente en con la oficina de mercados verdes, que en conjunto con las corporaciones autónomas buscan impulsar el desarrollo de los sectores rurales de manera sostenible. También se ven la agrupación formal de productores agrícolas por medio de cooperativas que buscan guiar y brindar apoyo para disminuir los impactos ambientales generados por su actividad económica.

Respecto a las empresas entre 1 y 3 años, y de 3 a 5 años donde representa el mismo resultado, se infiere que a pesar que se han encontrado distintos planes de desarrollo para este sector en años pasados, se ha aumentado el apoyo y coordinación de trabajo para la vinculación de nuevos proyectos en las zonas rurales de Colombia.

- **Sector de mercado de los negocios verdes**

A lo largo de la investigación se ha definido que dentro de los negocios verdes existe una clasificación según su actividad productiva, a continuación en la figura 7. Se expone a que sector encajan las organizaciones actualmente.

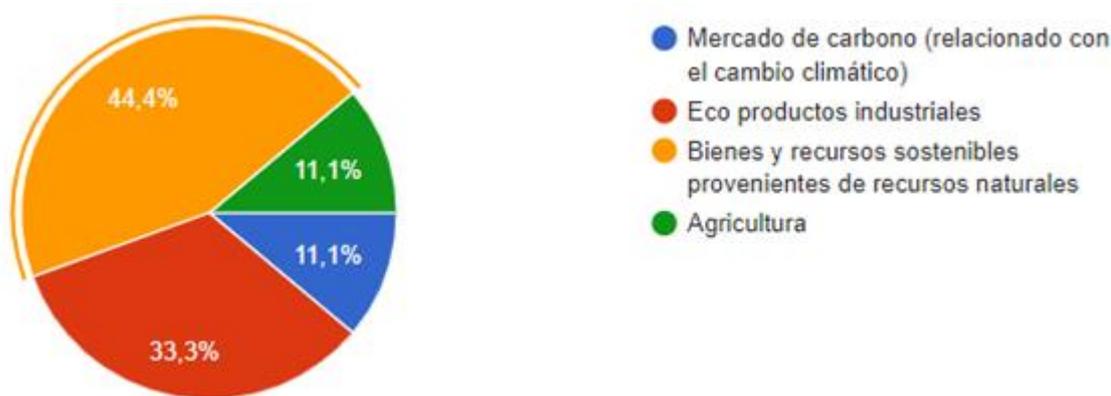


Figura 7. Sector de mercado de los negocios verdes en Colombia

El 44,4% (la mayoría) pertenece al sector de bienes y recursos sostenibles provenientes de recursos naturales, este grupo está enfocado al biocomercio, negocios para la restauración y ecoturismo.

Por otra parte tenemos como segundo grupo de Eco productos industriales con un 33,3%, empresas con el objetivo de extraer y modificar las materias primas para obtener un producto terminado para comercializar. Es importante tener en cuenta que gracias a los nuevos planes de desarrollo se han impulsado negocios donde hay grandes oportunidades de crecimiento en comunidades rurales, una de estas es el ecoturismo que cada vez coge más fuerza siendo su aumento el 11% respecto al año anterior.

El 44,4% (la mayoría) pertenece al sector de bienes y recursos sostenibles provenientes de recursos naturales, este grupo está enfocado al biocomercio, negocios para la restauración y ecoturismo.

Por otra parte tenemos como segundo grupo de Eco productos industriales con un 33,3%, empresas con el objetivo de extraer y modificar las materias primas para obtener un producto terminado para comercializar. Es importante tener en cuenta que gracias a los nuevos planes de desarrollo se han impulsado negocios donde hay grandes oportunidades de crecimiento en comunidades rurales, una de estas es el ecoturismo que cada vez coge más fuerza siendo su aumento el 11% respecto al año anterior.

Es así como se logra identificar la agrupación en mayor medida de los mercados verdes en la producción de bienes y recursos sostenibles provenientes de recursos naturales gracias a la disponibilidad de este a lo largo del territorio nacional.

#### - **Conocimiento de métodos de financiación especiales para mercados verdes**

El sector empresarial busca en sus proyectos la colaboración y apoyo especial para este tipo de iniciativas amigables con el ambiente, donde se genera valor económico, social y ambiental. Entorno a la sostenibilidad se encuentran distintas propuestas desde el sector privado y público, para ello en la figura 8. Se expone el conocimiento de los empresarios entorno a los métodos de financiación para los mercados verdes.

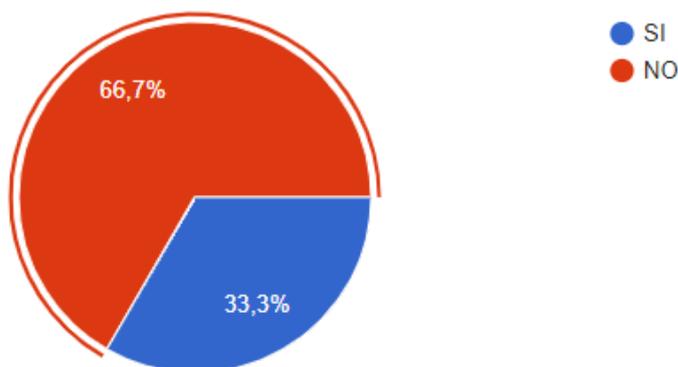


Figura 8. Conocimiento de métodos financiación para mercados verdes en Colombia

Aquí se enfrentan dos posiciones muy importantes donde se soporta el apoyo que se ha obtenido una vez planteado el proyecto que cuenta principalmente con el desarrollo sostenible. La mayoría de las empresas (66,7%) se han creado a partir de capital propio o préstamos y no financiado bajo condiciones especiales. Este es un indicador que invita a profundizar mucho más la información que se hace llegar a los empresarios que intervienen en Colombia. Dentro de esta pregunta se identifica que dentro del personal no hay quienes estén especializados, enterados o con conocimientos de este tipo de beneficios y por ende la empresa no llega a ser beneficiada.

- **Ha sido beneficiario de algún tipo de financiación para mercados verdes**

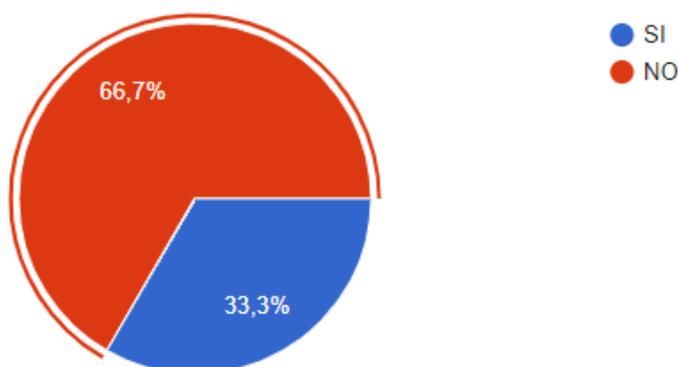


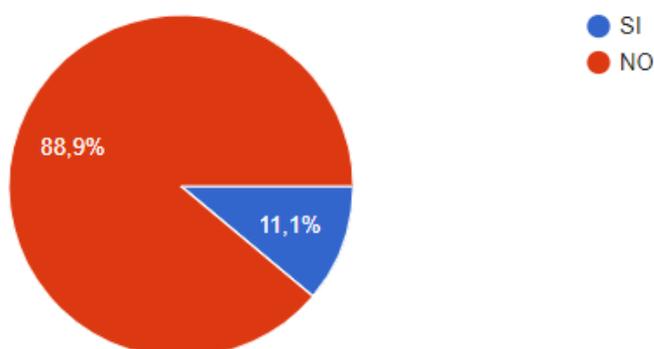
Figura 9. Empresas beneficiadas de financiamiento para mercados verdes

En la figura 9, de manera directa se expone este dato dependiente del conocimiento de métodos de financiación, la mayoría de las empresas consultadas (66,7%) mencionan no haber sido parte de este tipo de beneficios

por falta de información aunque se encuentra en los planes de desarrollo y base de datos del ministerio de ambiente.

- **Ha sido parte de algún beneficio tributario**

Dentro de los objetivos se plantea determinar si en materia legal los empresarios vinculados a mercados verdes están siendo beneficiados o lo han logrado, dentro de la figura 10, según las empresas consultadas tan solo el 11,1% lo ha conseguido, el porcentaje restante (88,9%) aunque tiene conocimiento no lo ha gestionado de manera exitosa, teniendo en cuenta que esta mayoría en un 77,8% tienen políticas enfocadas y dirigidas especialmente a cumplir con la normatividad requerida para mercados verdes.



*Figura 10. Empresas verdes que han obtenidos beneficios tributarios*

El índice anteriormente planteado sugiere que los empresarios sean autónomos e interesados en la búsqueda de opciones por medio de los organismos correspondientes, como lo pueden ser las cooperativas o corporaciones autónomas que tengan jurisdicción sobre el territorio donde se estén llevando a cabo las actividades económicas de mercados verdes.

8.1.2. Resultados entrevista

Como parte del proceso investigativo, se realizaron entrevistas a representantes del sector financiero, con el fin de conocer el panorama desde esta parte de la economía. Las personas que hicieron parte de la investigación actualmente lideran las iniciativas gremiales que desarrolla Asobancaria en

temas de sostenibilidad. Se incluyó esta entidad dentro del proceso investigativo, debido a su rol como articulador entre el gobierno nacional, entidades financieras y otros actores que hacen parte del ecosistema de negocios verdes en Colombia.

Como antecedente, Asobancaria suscribió el “Protocolo Verde” en 2012 entre el Gobierno Nacional y distintas entidades financieras, para lograr tener un impacto en la sociedad en temas socioambientales, además de generar metas de desarrollo sostenible. En este sentido, conocer las acciones que está adelantando la Asociación y las entidades financieras permite profundizar el análisis de esta investigación al tener una perspectiva desde la oferta hacia los negocios verdes, complementando la información obtenida de las empresas que aportaron a este proyecto.

- a. ¿Qué acciones realizan Asobancaria y las entidades financieras en pro del financiamiento verde?

Asobancaria es un convocador y mediador entre los distintos actores que están involucrados en el ecosistema. Dado que el sector gobierno se encarga dar la institucionalidad a través del planteamiento de objetivos y tiene la facultad para dictaminar marcos regulatorios, documentos guía o incluso políticas públicas para su cumplimiento, el gremio de los bancos lidera las iniciativas que sirven como un mapa claro de acción para que las entidades financieras tengan unos lineamientos y fortalezcan sus capacidades para evaluar los negocios verdes. A través de las acciones del protocolo verde, las entidades financieras buscan homologar las capacidades al interior de cada una, dado que las empresas líderes han visto el financiamiento verde como una combinación entre oportunidad de negocio y manejo de riesgos. En este sentido, se busca transformar desde el concepto de responsabilidad social corporativa hasta lograr plantear estrategias de sostenibilidad donde se genere valor agregado como estrategia de negocio, las cuales incluyen acciones en cuanto a análisis de riesgos ambientales y sociales, identificación y gestión de los impactos ambientales del sector y la adopción de buenas prácticas.

b. ¿Por qué esto es importante para las entidades financieras?

A nivel mundial, las acciones de sostenibilidad han evolucionado para alcanzar un concepto de valor compartido y las entidades financieras han entendido que para lograr perdurar en el tiempo deben adoptar un plan de transformación que les permita encontrar beneficios diferentes a los netamente financieros, al tener dentro de su contabilidad el balance del valor agregado para la sociedad y el medio ambiente. De igual forma, las entidades financieras han aceptado que desde su papel de financiadores tienen una responsabilidad en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por las Naciones Unidas, al poder respaldar e invertir en proyectos que impacten de forma positiva en la transición a una economía que incluya estos principios.

c. ¿Qué retos enfrentan las entidades financieras para lograr esto?

Asobancaria ha identificado una serie de barreras que enfrentan las entidades financieras y que marcan la ruta de trabajo sobre la cual se plantean las diferentes acciones gremiales, que buscan cerrar las brechas en el nivel de avance de cada entidad frente a estos retos. En este sentido, se listan los temas que dificultan la adopción de políticas de financiamiento verde y que al mismo tiempo representan su plan de trabajo:

1. Identificar los negocios verdes como un negocio y no solamente como un tema caritativo
2. Incorporar el área de sostenibilidad al núcleo de las operaciones, para que sea transversal dentro de las empresas
4. Tener metas claras y alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible
5. Establecer indicadores que midan efectivamente el avance de las acciones en el alcance de esas metas
5. Identificar cuáles estrategias o focos de negocio aportan más a la consecución de los objetivos y priorizarlos

7. Fortalecer capacidades al interior de las entidades para que el tema no solo sea conocido por las personas especializadas, sino que sea transversal. En este sentido, los indicadores no solo serían responsabilidad del área de sostenibilidad sino de cada área del negocio en sí mismo.

8. Calcular retornos no solo en términos económicos sino ambientales y sociales, esto permitiría que el área financiera de los bancos destinara más fondeo a las líneas de financiamiento verde.

9. Desarrollar una taxonomía estandarizada para Colombia que permita identificar con mayor facilidad los negocios verdes

d. ¿Cómo percibe el panorama de negocios verdes en Colombia?

Se percibe un buen ambiente en general, donde los actores han asumido su rol y en diferentes medidas han tomado acciones para promover los negocios verdes en Colombia, lo cual ha ayudado a posicionar el país como un referente a nivel regional. Por ejemplo, el Protocolo Verde fue el primero en ser firmado junto con el Gobierno Nacional y actualmente también se tiene el Protocolo Verde Ampliado para lograr llevar esta iniciativa a un nivel intergremial. Por su parte, el Gobierno Nacional ha establecido una Misión de Crecimiento Verde y ha establecido acciones para la gestión y mitigación del cambio climático, muchas de las cuales han sido incorporadas en el Departamento Nacional de Planeación. En el sector empresarial, se encuentra que cada vez más empresas están reportando en índices como el Dow Jones Sustainability Index y se han acogido a estándares como los del Global Reporting Initiative, de igual forma, la misión de bonos verdes ha tomado fuerza y la emisión de esta clase de activos ha aumentado considerablemente.

e. ¿Que se espera alcanzar en el futuro para que haya más negocios verdes en Colombia?

Primero se deben identificar los negocios verdes que ya existen, siendo necesaria la taxonomía estándar que permita determinar qué se puede considerar “verde” y qué no, de esta forma, se tendría un mapeo adecuado que

logre identificar negocios verdes donde ya se ha colocado cartera ordinaria y medirlo de forma adecuada.

Por otra parte, a través del fortalecimiento de capacidades y la adopción de las estrategias de sostenibilidad en el core de las operaciones, áreas clave como la comercial, de estructuración de producto, planeación, y tesoreros, lograrían identificar oportunidades de negocio que se traduzcan en más recursos para esta línea. Lo anterior, junto con una taxonomía más clara permitiría llegar a financiar otros sectores que actualmente no se tienen en cuenta en la mitigación del cambio climático, esto, al estructurar proyectos que incorporen aspectos de impacto social o medioambiental.

Por último,

## 9. CONCLUSIONES

- a. Los negocios verdes en Colombia, tienen posibilidad de surgimiento y expansión debido que existe normatividad ambiental que la regule y la apoye, líneas de financiación de carácter sostenible ambiental y existe conocimiento e innovación en las diferentes empresas de este mercado.
- b. El contexto legal colombiano tiene en consideración los mercados verdes, tanto en regulaciones como en beneficios tributarios que pueda llegar a adquirir una empresa de este sector, sin embargo las empresas no conocen ni han accedido a estos beneficios.
- c. Se lograron caracterizar las empresas a nivel distrital acreditadas por la Secretaría Distrital de ambiente en un asomo acercamiento donde se encuentra que en su mayoría hay empresas que superan el periodo de fundación de 5 años y que usualmente su sector productivo es la producción de productos ecológicos industriales y bienes y recursos provenientes de los recursos naturales, es decir que estas empresas reflejan inicialmente que ya se encuentran referenciadas y ubicadas por las entidades de control ambiental que regulan sus actividades pero también que orientan en la ejecución de su producción asegurando una cadena limpia y una formación técnica constante.

## 10. RECOMENDACIONES

Es necesario promover una innovación en los productos financieros, para que el financiamiento sostenible crezca en todos los niveles de la economía. Por ejemplo, se podría incluir a las personas naturales en la estructuración de productos verdes para que puedan comprar vehículos eléctricos o electrodomésticos que ahorren energía con una tasa de interés diferenciada al financiamiento tradicional. Es necesario tener en cuenta que los consumidores actualmente son más conscientes y tienen en cuenta el impacto social y medioambiental sobre sus decisiones de compra, en este sentido, este tipo de productos no solo sería un tema de ventaja competitiva o innovación, sino que en el futuro puede llegar a convertirse en una exigencia.

Es importante brindar a estas compañías o a emprendedores interesados en fundarlas un canal de información que permita a estas nutrir su conocimiento en cuanto a normatividad legal aplicable, beneficios que pueden obtener por hacer parte de una producción sostenible y ser un producto de bajo impacto ambiental, Conocimiento técnico para mejorar procesos o crear nuevos y asesoría financiera en cuanto a la facilidad y las líneas a las que pueden acceder para nutrir sus compañías o crear nuevos procesos.

## 11. REFERENCIAS

Antia, M. (2019). “*CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL TOLIMA DOCUMENTO ORIENTADOR DE NEGOCIOS VERDES SOSTENIBLES EN EL TOLIMA*”. Subdirección de desarrollo ambiental. CORTOLIMA. Colombia.

Cohen, N. (2011). *Green Business, An A-to-Z Guide*. California, USA: SAGE Publication INC.

COLOMBIA, P. D. (04 de 07 de 1991). *SECRETARIA DEL SENADO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)

Colpos. (2018). “*Línea prioritaria de investigación – agro sistemas sustentables*”.  
*Montecillo, México.*

Finance, G. (2016). *A Bottom up Approach to Track Existing Flows*. IFC. World  
Bank Group. *Climate Business Department*

Grisales, J. A. (31 de julio de 2016). *La Opinión*. Obtenido de  
<https://www.laopinion.com.co/economia/abc-de-los-mercados-verdes-en-colombia-116181#OP>

Ley 1715 de 2014. “regula la integración de las energías renovables no  
convencionales al Sistema Energético Nacional”. Colombia. Recuperado  
de:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1715\\_2014.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1715_2014.html)

MINAMBIENTE, M. d. (2014). *PLAN NACIONAL DE MERCADOS VERDES*.  
Obtenido de  
<http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/138-5-plantilla-negocios-verdes-y-sostenibles-40>

Ministerio de ambiente. (2018). “*Convenio sobre la diversidad biológica –  
decisión andina 391/96*”. Colombia. Recuperado de:  
<http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/782-plantilla-bosques-biodiversidad-y-servicios->

MINAMBIENTE, M. d. (s.f.). *COLOMBIA MEGADIVERSA*. Obtenido de Antia, M.  
(2019).

Ministerio de comercio, industria y turismo. (2003). “*Política para el desarrollo del  
ecoturismo*”. Colombia. Recuperado de:  
<http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo.pdf.aspx>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (2014). “*Transformando la industria  
colombiana – Programa de transformación productiva*”. Colombia

Ministerio de vivienda. (2019). “Construcción sostenible”. Colombia. Recuperado de: <http://www.minvivienda.gov.co/cambio-climatico/mitigacion/construccion-sostenible>

Oficina negocios verdes y sostenibles. (2014). “*Plan nacional de negocios verdes*”. Colombia

Pastrana, C. A.-E. (2016). *IMPORTANCE OF GREEN BUSINESS IN THE GLOBAL CONTEXT FOR*. Obtenido de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28572/17081285\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28572/17081285_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pérez, F. &. (2015). *ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS VERDES Y DE PRODUCCIÓN MÁS LIMPIAS TENDIENTES AL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y RECONOCIMIENTO AMBIENTAL, ADELANTADAS POR LA COPORRACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CUNDINAMARCA- CAR EN JURISDICCIÓN DURANTE EL AÑO 2015*. Bogotá DC, Colombia: Facultad de ingeniería Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Pineda-Escobar, M. (2015). *El Crecimiento verde y la implementación de negocios inclusivos en Colombia. Puentes entre el comercio y el desarrollo Sostenible*. Obtenido de <http://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2054/login.aspx?direct=true&d b=bsu&AN=115468716&lang=es&site=ehost-live&scope=site>

Protocolo de Kioto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático; Aenor, “*Verificación Emisiones CO2 Compensadas*”; Eco Securities Group PLC: “*Mercados voluntarios*”; [www.emissionneutral.com](http://www.emissionneutral.com)

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Mercados verdes*. Recuperado de: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/mercados\\_verdes](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/mercados_verdes)