

INFORME FINAL DE PASANTÍAS

**NEGOCIOS VERDES DE CÓRDOBA COMO ACCIÓN DE FORTALECIMIENTO
AMBIENTAL EN RESPUESTA A LA POLÍTICA NACIONAL DE PRODUCCIÓN Y
CONSUMO SOSTENIBLE**

FUNDACIÓN FLORA Y FAUNA

ANDRES DAVID OSORIO BERRIO

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS HUMANAS
LICENCIATURA EN CIENCIAS NATURALES Y EDUCACIÓN AMBIENTAL
MONTERÍA- CÓRDOBA**

2023

Contenido

Resumen.....	1
Introducción.....	1
Marco teórico conceptual.....	3
Metodología.....	14
Resultados y análisis.....	15
Aportes del estudiante.....	29
Conclusiones.....	29
Recomendaciones.....	30
Referencias bibliográficas.....	30
Anexos.....	34

1. RESUMEN

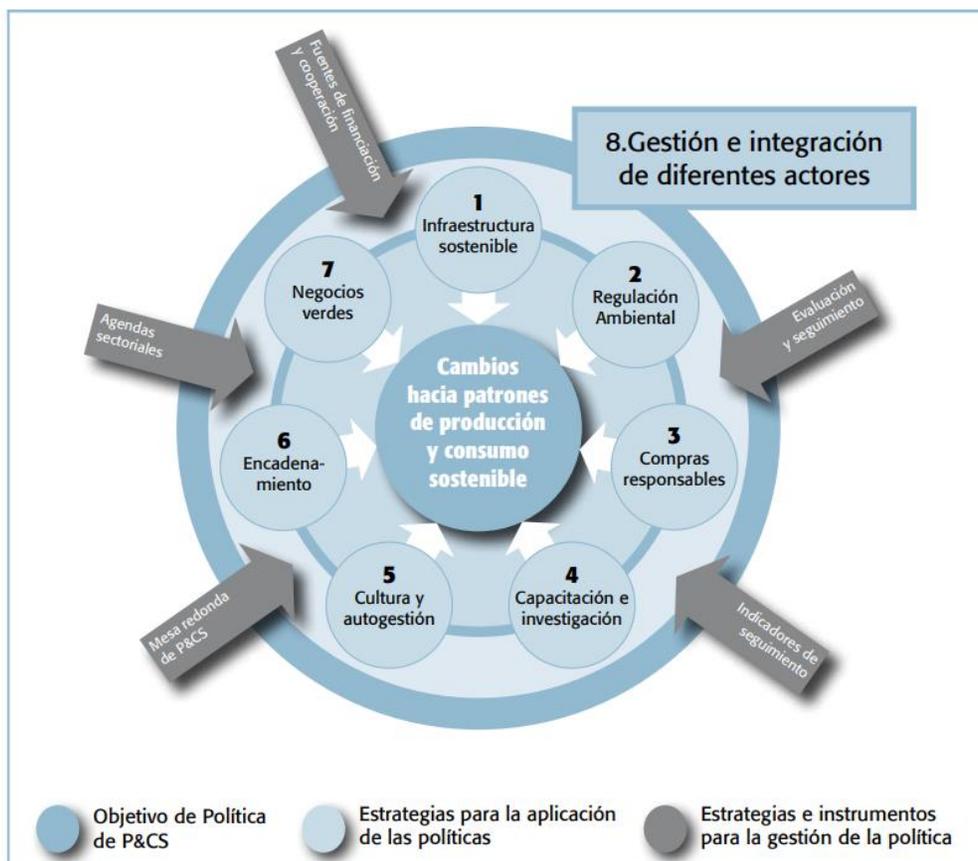
Este trabajo dirige su atención a la implementación de los Negocios Verdes los cuales hacen parte estrategia establecida en el Plan Nacional de producción y consumo sostenible, como mecanismo gubernamental para la consecución de metas y objetivos nacionales de conservación y cuidado ambiental en el marco del desarrollo sostenible. En este informe se relacionan actividades desarrolladas durante el periodo de pasantías que fueron de utilidad para reconocer y destacar el auge y proyección que los Negocios Verdes tienen en la actualidad, se resaltan también algunas estrategias de promoción y divulgación empleadas para este mercado y que son desarrolladas desde la ventanilla de negocios verdes de la Corporación Autónoma regional de los Valles del Sinú y del San Jorge en asociación con la Fundación Flora y Fauna.

2. INTRODUCCIÓN

En Colombia, las temáticas relacionadas con el cuidado ambiental, han obtenido gran importancia de manera tal que desde la Constitución Política de Colombia se ha establecido que tanto el estado como las personas tienen la obligación de proteger los recursos naturales, como se menciona en su artículo 8 “es obligación del estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación” (Const., 1991, art. 8) y de igual manera en el artículo 95 inciso 8 “toda persona está obligada a proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano” (Const., 1991, art. 95). En respuesta, el gobierno nacional se planteó la implementación de estrategias que le permitan fijar una relación proporcionalmente directa entre su crecimiento económico y su desarrollo sostenible, por lo que desarrollo la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible del año 2010, política en la que se establecen 7 estrategias y líneas de acción que promuevan cambios hacia la producción y el consumo sostenible entre las que se encuentran los Negocios Verdes.

Figura 1

Ejes estratégicos de la Política de Producción y Consumo Sostenible



Nota: las 7 estrategias planteadas por la política en pro de la producción y consumo sostenible (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2010, p. 38)

En el departamento de Córdoba los Negocios Verdes se encuentran enmarcados en el Plan Regional de Negocios Verdes (PRNV) y liderado por la ventanilla de la Corporación Autónoma Regional de los Valles de Sinú y del San Jorge (CVS), quienes desarrollan estrategias de promoción, regulación, gestión e integración de actores involucrados en programas y proyectos de producción y consumo sostenible. En relación, la CVS estableció un convenio de asociación con la Fundación Flora y Fauna para contribuir al PRNV en la que la Fundación tiene como objeto implementar acciones para el fortalecimiento ambiental de los sectores productivos del departamento de Córdoba, mediante el cual se desarrollan acciones que permitan brindar acompañamiento y asesoría a los sectores productivos del departamento en la implementación de mecanismos de producción más limpia y el desarrollo de emprendimientos y negocios verdes y sostenibles, como estrategias para mejorar su competitividad y aportar a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad, como base del desarrollo.

La Fundación Flora y Fauna, es una organización sin ánimo de lucro que cuenta con más de 14 años de experiencia en el desarrollo de actividades de diagnósticos ambientales, conservación y mantenimiento de estaciones ecológicas, suministro de insumos para agro y ganadería y todas aquellas actividades que se desarrollan en el ámbito medioambiental. Esta fue fundada el 27 de diciembre de 2006 y desde sus inicios se dedica a la promoción del desarrollo sostenible de las comunidades mediante la ejecución de proyectos, asesoría social, técnica, científica y económica, apoyando y ejecutando acciones para la conservación del medio ambiente, por medio de talleres, capacitaciones, promoviendo la reforestación, el reciclaje y todo aquello que contribuya al mantenimiento de los recursos naturales.

Este trabajo tiene como principal objetivo exponer cual es la actualidad de los negocios verdes en el departamento de Córdoba, en relación a la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible, para lo cual, se hace necesario llevar a cabo una labor de reconocimiento en la que se pueda detallar conceptualmente que es un Negocio Verde, evaluar el impacto socioeconómico y ambiental de los negocios verdes evidenciando, la viabilidad de este tipo de proyectos en el departamento y por último, indagar la cantidad de Negocios Verdes que a la fecha existen en el territorio cordobés, para establecer la magnitud del crecimiento respecto a años anteriores.

3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

La gran demanda de productos que existe a nivel mundial ha traído consigo como principal consecuencia, el deterioro de los ecosistemas naturales del planeta debido a la extracción descontrolada de recursos naturales, lo que ha puesto en riesgo el surgimiento de la vida y acelerando la futura desaparición de todo rastro humano sobre tierra. Es por este motivo que los gobiernos mundiales se han visto en la obligación de establecer en convenciones internacionales alianzas y estrategias de cuidado ambiental que les permitan mitigar el impacto negativo que tienen sus actividades socioeconómicas sobre la naturaleza. Entre muchas de las estrategias y acuerdos desarrollados es posible destacar entre otras, la separación de residuos sólidos, la reducción de gases liberados a la atmósfera, la protección de las fuentes hídricas y el desarrollo sostenible, es sobre esta última que se cimientan las bases para la conformación de los Negocios Verdes.

En este sentido, Colombia es un país que no es ajeno a estas exigencias mundiales desarrolló, por lo que en el año 2002, bajo la coordinación del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible el “Plan

estratégico Nacional de Mercados Verdes” con una visión de 10 años, el cual era un instrumento de planificación política que orientaba la implementación de los Mercados Verdes y según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible (2014) tenía 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” (p. 11). Objetivo con el que esperaba establecer una oferta y demanda de productos verdes, que impulsaran la comercialización de dichos productos para posicionar a Colombia como uno de los principales proveedores de productos verdes.

En la actualidad, Colombia ha generado todo tipo de leyes y ha puesto en marcha un sin número de proyectos con el fin de mitigar las consecuencias del inminente deterioro ambiental al que el mundo se ve enfrentado ya que, el país por su ubicación y porque además se encuentra rodeado por una enorme riqueza natural es más susceptible a dichas consecuencias como lo indica Arbeláez et al. (2016)

Colombia es un país vulnerable al cambio climático. Sus efectos se sienten en el campo y las ciudades, en los pueblos y las regiones, en los puertos y las carreteras. Esto impone enormes retos a los gobiernos regionales y locales así como al sector privado y a la sociedad civil.

Tan solo en 2010 el país tuvo que afrontar pérdidas de cerca del 2,2 % del PIB debido a un fenómeno de La Niña más intenso que de costumbre. La ola invernal nos advirtió que adaptarse al cambio climático debía ser nuestra prioridad. Desde 2015 hasta 2016 hemos lidiado con una sequía intensa, un fenómeno de El Niño prolongado que ha dejado 318 municipios vulnerables al desabastecimiento de agua y 120 en situación crítica. (p. 3)

El departamento de Córdoba cuenta con una extensa riqueza natural y entre las que destaca la fertilidad de sus tierras capaces de soportar las principales fuentes económicas de la región como lo son la ganadería y la agricultura, han sido deterioradas poco a poco debido a los fuertes golpes de estos fenómenos que han producido periodos muy largos de sequías y fuertes inundaciones.

En respuesta a lo anteriormente mencionado, Los Negocios Verdes son una herramienta que podría mitigar todas estas problemáticas a mediano plazo además, como proyecto tiene el potencial para generar un impacto positivo a nivel nacional, trayendo consigo desarrollo social, económico y ambiental a diferentes sectores, dejando a un lado la economía lineal que a través de su “tomar, hacer y tirar”, se ha convertido en la actualidad en una de las principales culpables de problemáticas ambientales como la insostenibilidad y la contaminación, e incorporando un modelo económico más amigable como lo es la economía circular la cual, según Cerdá y Khalilova (2016) “es un ciclo de

desarrollo continuo positivo que preserva y aumenta el capital natural, optimiza los rendimientos de los recursos y minimiza los riesgos del sistema, gestionando stocks finitos y flujos renovables (p. 12)”

Para definir lo que es un Negocio Verde es necesario comprender que esta propuesta de negocios surge de la necesidad de establecer un desarrollo sostenible en las naciones, este **desarrollo sostenible** es definido por la ONU (1987), como “aquel proceso que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la posibilidad de satisfacción de las necesidades de las generaciones futura” (p. 23), definición que evidencia que la principal característica del desarrollo sostenible es que se debe hacer un uso responsable de los recursos que tenemos, velando por la no desaparición de este. Sin embargo, esto no trata solo de extracción de recursos, la sostenibilidad busca comprender y respetar las prácticas culturales de las distintas sociedades estableciendo estrategias que le permitan a estas, seguir haciendo uso de los recursos naturales de su entorno pero de manera responsable, según Ludwig (2002),

la **sostenibilidad** se debe identificar a partir de la conjunción de tres dimensiones y términos de sistemas con sus correspondientes procesos, relacionados con las prioridades y preferencias emanadas de una escala de valores concreta. Esto es:

- Sistema ecológico, como soporte básico de la vida y de las actividades humanas.
- Sistema económico, como conjunto productivo de bienes y servicios materiales.
- Sistema social, como base de la organización de los agentes sociales e institucionales.
- Escala de valores, Desde una perspectiva complementaria, se podría hablar de una cuarta dimensión ética que envuelve a las anteriores y que proporciona un nuevo conjunto de ideas y de valores humanos respecto a la naturaleza. (p. 19)

Por lo que, la sostenibilidad apunta a un desarrollo socioeconómico sin dejar de lado los aspectos culturales y características de su entorno permitiendo así la perdurabilidad de esta practicas o interacciones con el medio a través del tiempo.

Los negocios verdes son entonces una herramienta de desarrollo social que tienen como objetivo contribuir a la consecución de las metas establecidas por el gobierno en pro de la sostenibilidad ambiental. Ahora bien, es posible dividir y analizar las partes que componen el título “Negocio Verdes”, primeramente puede definirse un **negocio** como “una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, y a su vez, a

los vendedores.” (Fuentes et al., 2018, p. 5), en segunda medida la connotación “**Verde**” la cual según Rivas (2013) “Se refiere a aquello que es amigable con el ambiente, hace referencia al pigmento de las plantas... se aplica proactivamente para denotar a aquello que hace posible y facilita la conservación de la condición verde de las cosas naturales” (p. 3).

Es posible afirmar que un Negocio Verde hace referencia a todo tipo de organización capaz obtener un beneficio a cambio de satisfacer una necesidad y que además durante el proceso, retribuyen a la naturaleza de manera tal que permiten su conservación y mejoramiento, sin embargo esta sería una definición muy superficial, ya que como la define el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en el **Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030** “Los negocios verdes contemplan las actividades económicas que ofrecen bienes y servicios con enfoque ecosistémico y de ciclo de vida, generando impactos ambientales positivos, incorporando prácticas sostenibles y aportando a la reducción de gases de efecto invernadero (GEI), a partir del uso, transformación, valorización y conservación de los recursos, contribuyendo así al desarrollo de los territorios (p. 7) (MADS, 2022).

Es evidente el alcance, virtudes y beneficios que pueden llegar a tener los negocios verdes cuando de conservación ambiental se trata, pero también es necesario exponer sus ventajas respecto a su rentabilidad desde una **perspectiva económica**, aspecto desde el cual son modelos de negocio con una gran proyección no solo a nivel nacional debido a las políticas actuales que favorecen estas iniciativas o porque son propuestas llenas de innovación, sino que también a nivel internacional debido a las necesidades que atraviesa el mundo actual. “Los Negocios Verdes son una nueva forma de modelar negocios en los mercados internacionales, que marca sus particularidades en la producción y comercialización de productos mediante el desarrollo de procesos empresariales aplicados a acciones de conservación y protección del ambiente (p. 14)” (Rodríguez, 2021)

Existen una serie de **criterios** que deben ser cumplidos por las propuestas de negocio para poder ser considerado como un **Negocio Verde** los cuales son detallados en la siguiente tabla:

Tabla 1
Criterios de cumplimiento para Negocios Verdes

CRITERIOS	
Económicos	1. Viabilidad económica del negocio
Sociales	2. Responsabilidad social dentro de la empresa
	3. Responsabilidad social en la cadena de valor de la empresa
	4. Responsabilidad social al exterior de la empresa
Ambientales	5. Impacto ambiental positivo
	6. Enfoque de ciclo de vida
	7. Vida útil
	8. Sustitución de sustancias o materiales peligrosos
	9. Reciclabilidad de los materiales o uso de materiales reciclados
	10. Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio
Avanzados	11. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio
	12. Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos

Nota: lista de criterios que deben ser cumplidos por las propuestas de negocios para ser consideradas Negocios Verdes (MADS, 2022)

Cabe aclarar que, los Negocios Verdes a nivel estructural son diferentes de los emprendimientos verdes que pueden ser considerados ideas de negocios que están en proceso de cumplir con los criterios para ser considerarse Negocio Verde, y también son diferentes a las empresas ancla verde que son negocios que cumplen con los criterios de Negocio Verde y además tienen presencia en los mercados nacionales e internacionales. Los **Negocios Verdes** se **caracterizan** por qué “son negocios con experiencia comercial que cumplen con la normativa ambiental y empresarial, generan impactos sociales y ambientales positivos y han sido verificados logrando el aval como negocio verde por parte de la Ventanilla (p. 12)” (Min ambiental y Desarrollo Sostenible, 2022).

Los Negocios Verdes se deben categorizar según la actividad comercial que realizan para lo cual el Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible (2022) establece 3 **categorías** entre las que se encuentran

Bioproductos y servicios sostenibles, En esta categoría se encuentran todas las actividades de Negocios Verdes originados a partir de la transformación y aprovechamiento de recursos de fuente natural renovable. Algunos ejemplos de negocios como cultivos, turismo, ganadería amigable, entre otros.

Ecoproductos industriales, En esta categoría se encuentran todas las actividades de NV que desarrollan procesos de innovación a partir de la transformación y aprovechamiento de residuos. Algunos ejemplos de negocios como reutilización de residuos sólidos, moda sostenible, artesanías, entre otros.

Productos por la calidad ambiental, En esta categoría se destacan las actividades relacionadas con la disminución de la contaminación del aire, el agua y el suelo, así como la mitigación y adaptación al cambio climático mediante la implementación de acciones y tecnologías verdes para la producción de energía. Algunos ejemplos de negocios como fuentes de energía amigable, industria de vehículos eléctricos entre otros. (p. 15, 16)

Los Negocios Verdes del departamento de Córdoba en su gran mayoría hacen parte del sector de Bioproductos y Servicios Sostenibles en donde se encuentra una amplia gama de productos entre los que se destacan la producción y venta de miel de abeja y productos derivados, las guías turísticas en el municipio de Tierralta, la elaboración de vinos, entre otros y un porcentaje más pequeño de negocios pertenecientes al sector de Ecoproductos Industriales, entre los que se destacan la producción y comercialización de artesanías, la producción de abonos orgánicos y compost y las asociaciones de recicladores, entre otros.

Con el fin de fortalecer las bases teóricas de esta investigación, se realizó una búsqueda exhaustiva de documentación que guardara relación con la temática central de los Negocios Verdes en la que se seleccionaron los documentos que proporcionaron aportes significativos a la investigación, entre los cuales se destacan:

El informe realizado por Uterragui (2018) en Lima-Perú, titulado **“Negocios verdes en el Perú: un informe para el sector privado”**, que tenía como objetivos informar a empresarios, y desde su perspectiva, respecto de los desafíos y oportunidades en nuestro país sobre temas ambientales

gravitantes, como el cambio climático y los conceptos de crecimiento verde que utiliza la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), para la vinculación del Perú a esta organización, y (b) Exponer que la mayoría de estudios sobre cambio climático tienen como objetivo persuadir a diversos ministerios, en especial al MEF, de la conveniencia económica de las políticas climáticas y sus beneficios colaterales, pero no han sido pensados ni dirigidos con un lenguaje claro al sector empresarial para promover mayor inversión.

La lista de negocios verdes descrita en este capítulo es una pequeña muestra del potencial de crecimiento verde que existe en los diversos sectores analizados: agricultura, agua, bosques, energía, infraestructura urbana, industria, residuos y transporte. Es particularmente interesante cómo los casos que consideramos de innovación no requieren grandes estudios ni análisis y pueden generar importantes niveles de empleo. Para quienes están convencidos del imperativo ético de hacer negocios con impacto benéfico al ambiente y a la sociedad podrán encontrar una gama interesante de posibilidades desde el sector que les interesa.

Como resultado este informe permite que distintas empresas del sector financiero tengan accesos a un material de análisis que les posibilite emprender en iniciativas que puedan sumarse al proceso de poner verde el sistema financiero mundial y colaborar con la competitividad del Perú. Finalmente, es importante notar que se requiere un especial liderazgo gubernamental en la política energética dado que se trata de inversiones que tienen largos períodos de maduración y el promedio de vida útil de las plantas de energía oscila entre 20 a 30 años. De igual manera, el sector forestal requiere de un apoyo gubernamental claro para promover dicha industria.

El libro realizado por Rodríguez et al. (2021) en Colombia, titulado **“Negocios verdes: una oportunidad de desarrollo sostenible para las empresas del futuro: "una mirada desde la investigación"”** que tiene como finalidad describir la situación de las pymes verdes en Bogotá y ofrecer el seguimiento de estas unidades productivas con una metodología de estudio replicable en otras ciudades colombianas. Igualmente se espera que las instituciones públicas y privadas encargadas de la generación de políticas en materia de sostenibilidad puedan, al conocer las condiciones actuales de las pymes verdes, evaluar y generar acciones a fin de consolidar un mercado eco-amigable.

Para lograr la transición entre los negocios convencionales y los modelos planteados por una economía verde, Colombia considera diferentes sectores de la industria que contribuyen a la

disminución de la pobreza al fortalecer el capital natural y recuperar la calidad y diversidad del ambiente. El país orienta sus esfuerzos sociales, políticos y económicos a la implementación de tecnologías limpias y renovables que sean operables tanto por organizaciones empresariales convencionales como por aquellas pymes que inician sus etapas productivas bajo este concepto. Los negocios verdes mejoran su competitividad en el mercado, pues éste los referencia como una marca amigable, lo que además mejora su posición frente a los demás oferentes de productos o servicios. Una empresa eco-amigable enfoca su estrategia comercial hacia un mercado especializado y de alto rendimiento, lo cual genera ahorro en costos y mayor eficiencia del marketing.

Del análisis realizado se puede decir que los generadores de políticas pueden introducir leyes ambientales estrictas, ofrecer programas de concienciación del cliente y beneficios (como devoluciones de impuestos por compras de productos verdes) para alentar a los clientes a persuadir a las empresas de adoptar sistemas de producción más verde. Se ha de crear conciencia entre los consumidores en general y reforzar su papel en la producción ecológica, para generar un clima favorable a una economía más limpia. En nuestro país se evidencian debilidades en este tipo de negocios, tal como el desconocimiento en la cultura empresarial de las oportunidades potenciales del sector, en pro de impulsar este tipo de negocios.

La investigación realizada por Pérez et al. (2021) en Cúcuta, Colombia titulada “**Crecimiento de Negocios Verdes en la ciudad de Cúcuta entre los años 2018 – 2019**” con el objetivo de analizar el crecimiento de los negocios verdes de la ciudad de Cúcuta en el periodo 2018 - 2019; la importancia y pertinencia de este es que genera impactos en las dimensiones social, empresarial, ambiental, económica, profesional y personal.

Como se menciona en este documento la biodiversidad que tiene Colombia les representa una ventaja comparativa frente a otros países para el posicionamiento y la consolidación de los negocios verdes, pero estas no son suficientes para ser competitivos en el mercado. Por esto es necesario prestarle aún más atención a los negocios verdes que están naciendo en los últimos años en la ciudad de Cúcuta, generando mayores incentivos a los emprendedores que practiquen alguna actividad amigable con el medio ambiente, además de tener otros varios beneficios con el fin de ayudar y estimular a que más personas entren en este mercado que está en crecimiento en los últimos años.

Esto posibilita evidenciar que los factores influyentes para la creación de empresas de negocios verdes en la ciudad, fue el cambio de pensamiento de algunas personas, quienes adquirieron mejores

patrones de consumo, mejorando así su estilo de vida y el de su familia. Dentro de todo lo mencionado anteriormente, existe una mejora considerable dentro del mercado de los negocios verde en la ciudad de Cúcuta, es un mercado emergente que se debe aprovechar al máximo por parte de los emprendedores y los consumidores deben darle una mayor importancia, ya que, si este crecimiento sigue en una constante ampliación, variación y mejoras cada vez más llamativas, podrá ser un mercado líder dentro de la ciudad y brindar un mayor crecimiento en líneas generales a Cúcuta.

Un documento que merece ser resaltado es la investigación realizada por Granados (2018), en Bogotá, Colombia que tiene por título **“Evaluación de la estrategia de implementación de Negocios Verdes en Colombia en el periodo 2005-2015”**, el cual tiene como finalidad evaluar la estrategia de implementación de Negocios Verdes en Colombia se hace en con el fin de identificar las debilidades o falencias sobre los programas y proyectos existentes con el propósito de elaborar una propuesta que contribuya a fortalecer el sector agrícola en base a los Negocios Verdes.

A nivel nacional, Colombia tiene muchas ventajas y es privilegiada no solo en su posición geográfica, sino en la escala del deterioro ambiental. Colombia es uno de los países del mundo con mayor riqueza de recursos naturales. El sector agrícola colombiano en general frente a las exigencias de los mercados internacionales en términos de Negocios Verdes, tiene un panorama positivo, pues, a pesar de encontrarse en una etapa introductoria. Algunas empresas colombianas, especialmente las pequeñas y medianas, han decidido insertarse en la tendencia de prácticas ecológicas incluyéndolas en el diseño de nuevos productos, además el gobierno colombiano no ha sido ajeno a esta tendencia y ha adoptado programas de sostenibilidad y fomento de prácticas ecológicas empresariales.

Durante el desarrollo de la investigación se evidenció la necesidad que tiene el sistema productivo colombiano de acceder a servicios de financiamiento para cubrir las falencias en temas como, tecnología, capacitación, sensibilización, acceso crediticio y normatividad, ya que son los aspectos más importantes dentro del establecimiento de una mejoría para el sector hortofrutícola de Colombia, de estos aspectos nació la propuesta de implementación de Negocios Verdes teniendo en cuenta la realidad en la que se encuentra el país y la disponibilidad de alternativas para tener una mayor cobertura en los aspectos mencionados anteriormente siendo estos los más determinantes para el país en búsqueda del establecimiento de un perfil agrícola enfocado en los Negocios Verdes del sector hortofrutícola que permita generar desarrollo rural, social y sostenible para Colombia.

Es necesario resaltar también la tesis realizada por Cerón et al. (2020), desarrollada en Bogotá, Colombia, la cual lleva por nombre **“Análisis de la situación actual de las iniciativas de negocios verdes y biocomercio pertenecientes a la línea base del programa de negocios verdes y sostenibles en el departamento del Amazonas”**, la cual busca realizar un análisis de la situación actual de las iniciativas de biocomercio pertenecientes a la línea base de negocios verdes y sostenibles en el departamento del Amazonas, para que puedan ser tenidas en cuenta dentro de las políticas públicas del municipio o departamento.

En relación, se halla que al programa de Negocios Verdes en el departamento del Amazonas se encuentran vinculadas un total de 35 empresas de biocomercio, de las cuales el mayor porcentaje con un 54% lo tienen las iniciativas que hacen un aprovechamiento sostenible tanto de los productos maderables como no maderables al mismo tiempo. Esto último se explica a razón de que existe un amplio número de artesanos indígenas que dentro de su proceso de producción aprovechan al máximo los recursos que les brinda la flora amazónica para buscar diversificar la oferta de sus productos. El segundo subsector con mayor ponderación es el de ecoturismo con un 29%. Continúa con maderables con un 11% y por último los no maderables con un 6%, estos últimos aprovechados de manera independiente.

Como conclusión se considera que las iniciativas de negocios verdes han venido desarrollando procesos constructivos frente a los diferentes problemas ambientales que la sobre explotación de los recursos conlleva, sectores como; artesanías y turismo son fundamentales para la economía de la región, por eso, dichos sectores han venido desarrollando programas que han beneficiado en gran medida a muchas empresas que lo componen, desde el 2002 que se decretó esta iniciativa los progresos se ven reflejados en el crecimiento económico que han venido experimentando dichas organizaciones, se destaca que dichos progresos se experimentan en el aumento del sector turismo que ha venido progresando paulatinamente frente a los demás sectores, lo negativo es el abandono estatal en la región, la falta de seguimiento y control a dichas iniciativas.

Otro trabajo a destacar es el realizado por Acevedo et al. (2017) en Bogotá Colombia, el cual se titula **“Importancia de la intervención de Instituciones en los Negocios Verdes”** en este, se propone analizar la intervención de las instituciones en el desarrollo de los negocios verdes en Colombia bajo el plan nacional de negocios verdes en los sectores de biocomercio y fuentes no convencionales de energía renovable.

En este se resalta la intervención de instituciones que gestionan junto con el Estado, que deben incentivar y buscar el equilibrio en beneficios para empresarios o personas interesadas en los Negocios Verdes, teniendo en cuenta que se debe tener en claro el aprovechamiento de recursos naturales y el evidente desarrollo de este tipo de negocio por medio de la reducción de riesgo e incertidumbre, brindando apoyo en derechos de propiedad intelectual, de cierto modo, protegiendo la innovación y previniendo el plagio. Los ordenamientos que existen en Colombia y su normatividad están dispersos en tanto los nacionales e internacionales no tienen cooperación o relación alguna, la coordinación institucional está encaminada en el trabajo autónomo y no presenta correlación entre sí con una institución que incentive, regule o genere recursos para la estimulación en labor este.

Concluyendo así que bajo el marco institucional que genera el PNNV, en el cual especifica lo que realiza cada sector y así determina los incentivos proporcionados por cada institución a la demanda a la cual está enfocado cada programa con habilidades específicas de conocimiento. Ante lo observado bajo el análisis de estas instituciones, el incentivo principal determinado es el financiamiento ligado al cumplimiento de objetivos y metas propuestas, es por ello que la función de las instituciones es acoplar las actividades que se desarrollen bajo este marco y brinde acompañamiento a las organizaciones, sensibilizando al consumidor final sobre los resultados, beneficios y rentabilidad que pueden derivarse de la producción verde y sostenible.

Por último, se hace necesario mencionar el trabajo realizado por Osorio et al. (2020) titulado **“Gestión ambiental pública para el fortalecimiento de los negocios verdes en el departamento de Córdoba”**, desarrollado en Córdoba Colombia, el cual tiene como finalidad además de resaltar la importancia de la práctica de los negocios verdes, contribuye dando a conocer el marco estructural y regulatorio en que se encuentra dicha política en las comunidades productivas, asociaciones, o empresas legalmente constituidas registradas en el Directorio Verde de la CVS del departamento de Córdoba.

En el marco del Convenio especial de cooperación para actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación N.º 030 – 2017, celebrado entre la Corporación Autónoma Regional de los Valles del Sinú y del San Jorge CVS y La Fundación para el Desarrollo Sostenible de las Regiones Colombianas (FUNSOSTENIBLE), se identificaron sesenta empresas potenciales con el fin de caracterizarlas y verificar en cada una ellas los 12 criterios de negocios verdes, en busca de determinar si estas se

enmarcan en la definición y características de los mismos. Como resultado de las inspecciones realizadas en cada empresa, se priorizaron de forma participativa, aquellas necesidades más urgentes por subsanar por parte de cada empresa con el fin de brindar apoyo y acompañamiento.

Finalmente de acuerdo con el PRNVS y conforme a las acciones trazadas entre 2012 y 2015, la CVS solo tiene proyectos encaminados a los agroecosistemas sostenibles y negocios para la conservación, muy bajo en comparación con otras CAR como la de Sucre que son muy cercanas. Sin embargo, hay un panorama alentador puesto que en el 2019 se intensificaron las mesas de socialización para el fortalecimiento de proyectos de mercados verdes, vinculando entidades del orden público-privadas, lo que podría interpretarse como una buena perspectiva de cara a los próximos años.

4. METODOLOGÍA

Dado que este informe pretende detallar la realidad actual de los Negocios Verdes en el departamento de Córdoba, para lo cual se hace necesario una interacción directa con el negocio que permita detallar características, viabilidad y proyecciones, resulta pertinente realizarla desde un enfoque de investigación cualitativo que se utilizar como asegura Bernal (2010) cuando se “busca entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica” (p. 60). Metodología a través de la cual se espera describir los distintos fenómenos socioeconómicos que se producen alrededor de estas propuestas de negocio.

El desarrollo de esta informe exige familiarizarse con todos los procesos que guardan relación con la puesta en marcha de un Negocio Verde, afirmación que soporta la implementación de la observación participante como método de investigación ya que, como es mencionado por Kawulich (2006) quien define este método citando a DeWalt y DeWalt (2002) como “el proceso que faculta... a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades. Provee el contexto para desarrollar directrices de muestreo y guías de entrevistas” (p. 2). Este método, hace necesario vincularse durante el cumplimiento de las pasantías a todas las actividades relacionadas con la promoción y crecimiento de estos negocios, trabajando de la mano con ellos, realizando una labor de acompañamiento y proporcionando apoyo en pro de la obtención de resultados favorables que permitan la consolidación de estos Negocios Verdes.

Con el fin de recopilar una serie de datos particulares de algunos de los Negocios Verdes como por ejemplo de que trata la idea de negocio, qué opinión tiene de los mecanismos de promoción, cuales son procedimientos para la elaboración del producto, como comercializan sus productos, entre otros, se hizo uso de la entrevista, instrumento que fue aplicado para indagar sobre cada uno de estos aspectos desde la perspectiva de los encargados de dichos negocio ya que, como bien es explicado por Fernández (2006) este instrumento “constituye el fluir natural, espontáneo y profundo de las vivencias y recuerdos de una persona mediante la presencia y estímulo de otra... quien logra, a través de esa descripción, captar toda la riqueza de sus diversos significados” (p.2).

Este informe se desarrolla en 3 fases, durante la primera fase se realizó un reconocimiento de lo que son los negocios verdes, que impactos socioambientales genera y que acciones de fortalecimiento se ejecutan para estos, esto se llevó a cabo a través de la revisión de documentos y la recopilación de experiencias obtenidas en la asistencia a congresos. En la segunda fase se efectuó el reconocimiento de las propuestas de Negocios Verdes del departamento de Córdoba para lo cual se aplicaron entrevistas a algunos Negocios Verdes participantes de las exposiciones realizadas en seminarios y congresos, y se analizó información para determinar el número de Negocios Verdes que hay a la fecha. En la tercera fase se ejecutó en relación con la información recopilada, la contrastación de la actualidad de los negocios verdes respecto a años anteriores.

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Para el desarrollo de este apartado se recopilaron las actividades realizadas de acuerdo a la fase, detallando la relación de estas con las actividades del cronograma el cual puede ser observado en el apartado de anexos (anexo 1):

- Primera fase

Inicialmente se realizó una revisión minuciosa en las bases de datos de la Fundación Flora y Fauna de información referente a los Negocios Verdes que posibilitara la conceptualización del término, también se indago sobre los impactos socio-ambientales que han generado estas propuestas de negocio en el departamento de Córdoba. También se brindó apoyo en el desarrollo de un seminario al que asistieron expertos en temáticas relacionadas con la implementación de estrategias de producción sostenibles y tecnologías limpias que llevaba por nombre “El Rol de la academia como eje fundamental para el desarrollo sostenible de los territorios” este fue ejecutado por la Fundación Flora y Fauna el 26 de septiembre del 2023 en el auditorio de la CVS, este seminario estuvo dirigido a las empresas

cordobesas interesadas en fortalecer sus conocimientos en las temáticas del Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026.

Figura 2

*Seminario Rol de la academia como eje fundamental para
El desarrollo sostenible de los territorios*



Nota: Fotografía tomada durante el desarrollo del seminario (Producción propia, 26/09/23)

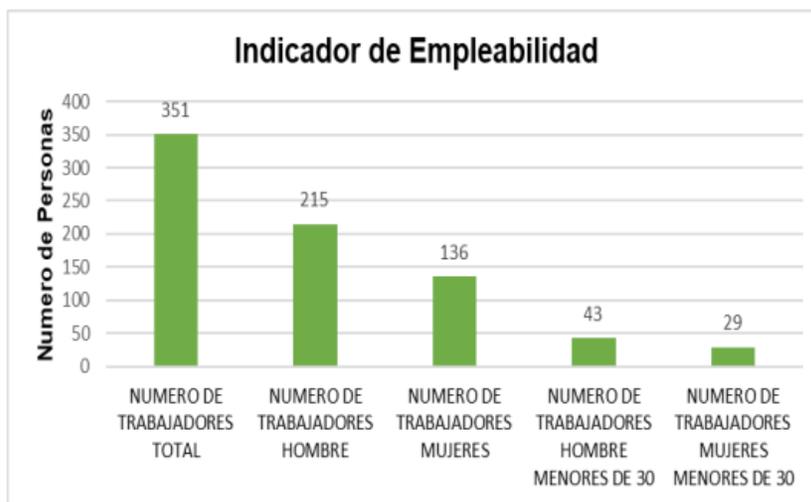
Esta primera fase permitió la conceptualización de termino Negocio Verde, que en este punto puede entenderse como una actividad comercial en la que se ofertan bienes y servicios con el fin de aprovechar un recurso natural y a la vez crear procesos que permitan conservar este recurso para así heredarlo a las futuras generaciones. Se estableció que una propuesta de negocio solo podrá ser considerado Negocio Verde si obtiene la verificación de la Corporación y la Oficina de Negocios Verdes del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, lo que solo es posible si cumple con cada uno de los criterios establecido por el Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030.

Es posible evidenciar también el tipo de acciones que son realizadas por la Fundación para el fortalecimiento de las perspectivas y capacidades de crecimiento y expansión de los Negocios Verdes, como lo fue el seminario “El Rol de la academia como eje fundamental para el desarrollo sostenible de los territorios” en el que Los asistentes al seminario conocieron los avances en investigación de las universidades Católica Luis Amigó, UPB, Uniremington y Universidad del Sinú, enfocadas al desarrollo sostenible en el territorio cordobés. Así mismo, fue presentada la oferta institucional que USAID y Fondo Acción tienen para el fortalecimiento de los sectores productivos. Esto permitió reconocer estrategias de negocio emergentes que tienen un gran campo de acción en nuestro territorio debido a su innovación, pertinencia y que han tenido éxito en otras regiones del país.

En relación al impacto socio-ambiental es importante aclarar que los balances generales se desarrollan de manera anual y se entregan durante el último mes del año, por lo que se deben analizar los resultados arrojados durante el año 2022 para lo cual es importante destacar las siguientes graficas

Figura 3

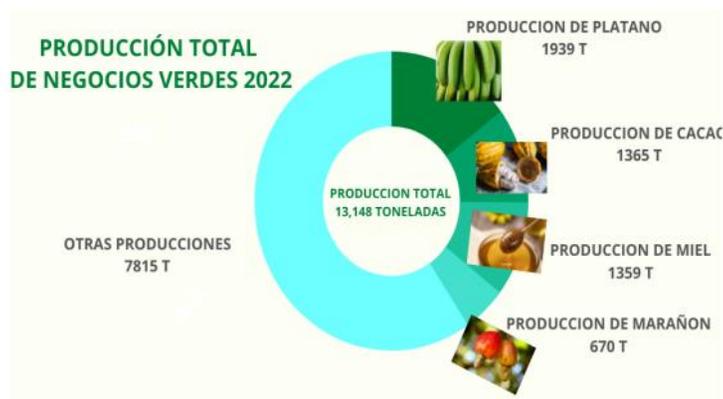
Indicador de empleabilidad e inclusio



Nota: Grafica de Número de trabajadores (hombre y mujeres) que perteneces a algún Negocio Verde de Córdoba (Eq. Fundación Flora y Fauna ,2022)

Figura 4

Indicador de producción



Nota: total en toneladas de productos producidos por los Negocios Verdes en el 2022 (Eq. Fundación Flora y Fauna (2022))

Figura 5*Indicador de ventas*

Nota: total en pesos de las ventas realizadas por los Negocios Verdes en el 2022 (Eq. Fundación Flora y Fauna, 2022)

De lo anterior, se puede concluir que su impacto a sido positivo ya que, durante el año genero más de 400 empleos lo que resulta en una gran ganancia teniendo en cuenta que la mayoría de estos Negocios Verdes son asociaciones en las que los mismos socios realizan los procesos de producción. Se destaca la labor realizada por el sector agrícola como la mayor actividad de producción y por último, se refleja el aporte a la economía del país donde las actividades económicas de los Negocios Verdes superaron los 39 mil millones de pesos.

- Segunda fase

En el desarrollo de la segunda fase se realizó un acompañamiento durante las exposiciones y eventos de promoción de Negocios Verdes que se realizaron en distintos congresos, seminarios y otros eventos realizados en la ciudad de Montería, además se seleccionó una pequeña muestra de Negocios Verdes conformada por 8 negocios a los cuales se les realizo la entrevista. Además, se realizó una indagación para determinar el número de Negocios Verdes que hay en la actualidad. En relación con las actividades planteadas en el cronograma como lo son apoyar los Negocios Verdes en representación de la ventanilla de Negocios Verdes de CVS en seminarios y congresos y apoyar la realización de la Feria de Negocios Verdes para la promoción y comercialización de producto, merece la pena destacar las siguientes actividades:

En representación de la Fundación Flora y Fauna, estuve a cargo de la exhibición de negocios verdes realizada en el congreso internacional REDLAD la cual, se llevó a cabo en el centro de convenciones de la universidad de Córdoba el cual, se llevó a cabo los días 6, 7 y 8 de septiembre del año 2023. En el cual los negocios verdes tenían como objetivo principal enaltecer elementos

representativos de la región cordobesa como su gastronomía, sus artesanías y su riqueza ecológica. Para lo cual se presentaron 6 negocios verdes y 2 emprendimientos en el congreso, entre los que se encontraba:

- La Estación Ecología Las Guartinajas, Negocio Verde que tenía como objetivo realizar una labor de divulgación y promoción de caminatas o paseos ecológicos.
- Sehila Artesanías, Emprendimiento que se dedica a la promoción y venta de artesanías
- Comestibles el Progreso, Negocio Verde que tiene como finalidad la producción y venta de comestibles típicos cordobeses.
- El Portal de Libia, Negocio Verde que se dedica a la venta y promoción de dulces típicos de la región cordobesa.
- Isahi, Negocio Verde que se enfoca en la promoción y venta de productos orgánicos como lo son los conservados.
- Miguel El Costeño, Emprendimiento que se dedica a la divulgación y venta de Artesanías típicas de Tuchín Córdoba.
- Cayena, Negocio Verde que se encarga de la plantación, exposición y venta de plantas decorativas para interiores.

Durante este evento se realizó una labor de apoyo y reconocimiento de los Negocios verdes y emprendimientos invitados, donde se recopiló información acerca del surgimiento del negocio, los procesos de producción y las expectativas a mediano y largo plazo de los negocios. Se realizó además un análisis de la pertinencia del evento en relación a los resultados económicos obtenidos y la percepción que tenían los negocios en cuanto a su participación en el evento.

Figura 6

Congreso internacional REDLAD



Nota: Fotografía tomada durante el desarrollo del congreso (Producción propia, 7/09/23)

El día 13 de septiembre, estuve a cargo de los Negocios Verdes invitados al congreso realizado por el Ministerio de Educación en el centro de convenciones de la Universidad de Córdoba el cual

llevaba por nombre “Poder Pedagógico popular” al cual se invitaron 2 Negocios verdes y 2 Emprendimientos con el fin de exponer la ejemplar capacidad de innovación y recursividad de los emprendimientos y Negocios Verdes cordobeses. Entre los participantes se encontraban:

- Asahi, Negocio Verde que se enfoca en la promoción y venta de productos orgánicos como lo son los conservados.
- Aldebarán, Emprendimiento que se dedica a la elaboración y comercialización de manillas y collares.
- Zumitos Senpai, Emprendimiento que trabajan en producción y venta posters y todo tipo de impresiones digitales y 3D.
- El Portal de Libia, Negocio Verde que se dedica a la venta y promoción de dulces típicos de la región cordobesa.

Durante este evento se realizó en un primer momento una labor de apoyo logístico en la preparación de los Stand y la ubicación de los negocios, posteriormente en un segundo momento se realizó un trabajo de análisis en el que se detalló la respuesta que tenían los asistentes al evento y de qué manera se producían las interacciones con los negocios con el fin de conocer el nivel de aceptación que tenían estos negocios.

Figura 7

Congreso Poder Pedagógico Popular



Nota: Fotografía tomada durante el desarrollo del congreso (Producción propia, 13/09/23)

Durante la fecha del 15 de septiembre estuve a cargo de la exposición de Negocios Verdes que se llevó a cabo en el marco del Congreso Internacional de Derecho titulado “Desarrollo Sostenible, Medio Ambiente e Investigación MDR” al cual se asistió con 4 Negocios Verdes con el propósito de

evidenciar algunas de las riquezas naturales de nuestra región, entre los negocios invitados se encontraba:

- Cayena, Negocio Verde que se encarga de la plantación, exposición y venta de plantas decorativas para interiores.
- Asahi, Negocio Verde que se enfoca en la promoción y venta de productos orgánicos como lo son los conservados.
- ASOCORDIM, Negocio Verde que se dedica al cultivo, producción y venta vegetales de consumo diario, artesanías en madera y elaboración de productos medicinales.
- El Portal de Libia, Negocio Verde que se dedica a la venta y promoción de dulces típicos de la región cordobesa.

Durante esta exposición realicé una labor logística en la que se organizó el espacio y se ubicaron los negocios en cada Stand, se realizó una labor de reconocimiento del Negocio Verde ASOCORDIM donde se reconoció el proceso de conformación del negocio, su funcionamiento y procesos, y además se realizó un análisis de los beneficios que generan las exposiciones verdes para los Negocios Verdes en base a las interacciones con los asistentes al evento y los resultados económicos en ventas.

Figura 8

Congreso Desarrollo sostenible, medio ambiente e integración MDR



Nota: Fotografía tomada durante el desarrollo del congreso (producción propia, 15/09/23)

Como representante de la Fundación Flora y Fauna estuve en el seminario “El Rol de la academia como eje fundamental para el desarrollo sostenible de los territorios” realizado el 26 de septiembre, evento al que fueron invitados 4 Negocios Verdes con el objetivo de exhibir una pequeña muestra de ofertas de productos sostenibles, esta exhibición fue complementada con Stand universitarios que ofertaban sus programas y servicios. Entre los Negocios Verdes que asistieron se encuentran:

- Cayena, Negocio Verde que se encarga de la plantación, exposición y venta de plantas decorativas para interiores.
- ASOCORDIM, Negocio Verde que se dedica al cultivo, producción y venta vegetales de consumo diario, artesanías en madera y elaboración de productos medicinales.
- Vinos San Fernando, Negocio Verde que se dedica a la producción y venta de vinos artesanales de diferentes tipos.
- Comestibles el Progreso, Negocio Verde que tiene como finalidad la producción y venta de comestibles típicos cordobeses.

Para este evento se requirió realizar un trabajo de reconocimiento del Negocio verde Vinos San Fernando en la que se detallaron sus procesos de producción y algunos aspectos relevantes de la conformación de su negocio.

Figura 9

Seminario el rol de la academia como eje fundamental para el desarrollo de los territorios.



Nota: Fotografía tomada durante el desarrollo del seminario (Producción propia, 26/09/23)

Merece la pena mencionar algunas labores de apoyo realizadas hasta el momento como el apoyo proporcionado en una jornada de “donación de prendas de vestir de segunda mano” la cual se desarrolló entre el 27 de septiembre y el 2 de octubre en la cual, se organizó un stand en la CVS y se realizaron algunos carteles con el fin recoger estas prendas entre funcionarios y socios de la CVS, ropa recogida con el fin de donarla a recicladores de ASORECOR. También se realizó labor de apoyo en la organización de una “Donatón de libros” jornada que se desarrolló entre el 10 y el 12 de octubre, para lo cual se organizó un stand con carteles en el cual los funcionarios y socios de la CVS podían depositar libros de segunda que ya hubiesen leído, libros recogidos con el fin de organizar una actividad de intercambio de libros. Aunque estas actividades no guardan una relación directa con la

promoción de los Negocios Verdes, si son actividades dirigidas al consumo y producción sostenible ya que, al donar elementos como ropa o libros usados se transmite entre los potenciales consumidores un mensaje de reutilización y responsabilidad frente a los artículos que se adquieren, enviando así un mensaje de reflexión frente a la disposición y consecuencias de dichos productos luego de darles uso, acción que permite evidenciar las ventajas que tienen los residuos generados por los productos elaborados por los Negocios Verdes los cuales mitigan dichas consecuencias.

Figura 10

Donaciones de ropa y libros



Nota: Fotografía tomada durante la actividad
(Producción propia, 28/09/23 y 12/10/23)

Durante las fechas del 12, 13 y 14 de octubre, se llevó a cabo la “Feria de los Negocios Verdes” evento de gran magnitud desarrollado en el C.C. Alamedas de la ciudad de Montería, evento realizado con el fin de dar a conocer el amplio catálogo de Negocios Verdes con el que cuenta en la actualidad el departamento, de igual manera se buscaba enaltecer la gran labor desarrollada por estos negocios que durante años han cumplido con a cabalidad y con un gran compromiso ambiental cada una de los criterios requeridos por las políticas públicas. Este evento contó con la participación de 24 Negocios Verdes entre los que se encuentran:

- EL PORTAL DE LIBIA, Negocio Verde que se dedica a la venta y promoción de dulces típicos de la región cordobesa.
- APÍCOLA EUDES, Negocio Verde que se encarga de la promoción y venta de miel de abeja y productos derivados como también de la indumentaria requerida para este proceso.

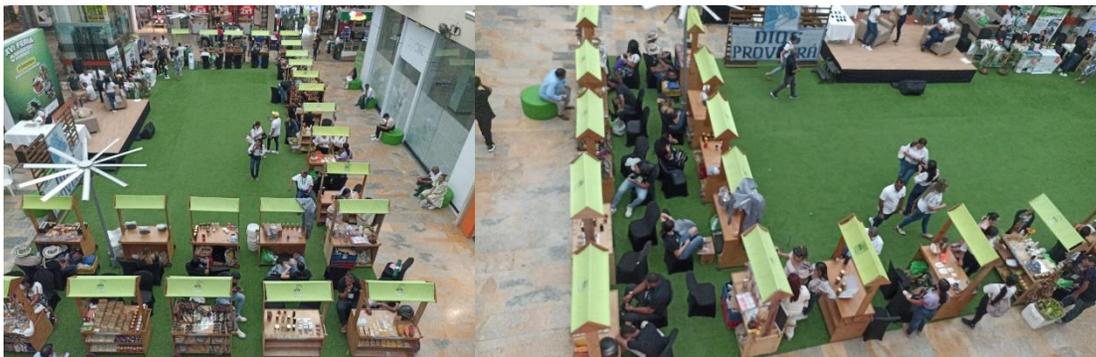
- ASOPROMARSAB, Negocio Verde que se enfoca en la extracción y venta de la semilla de marañón en diferentes presentaciones.
- CAYENA, Negocio Verde que se encarga de la plantación, exposición y venta de plantas decorativas para interiores.
- VINOS SAN FERNANDO, Negocio Verde que se dedica a la producción y venta de vinos artesanales de diferentes tipos.
- ECOPARQUE SALTILLO DE LORO, Negocio verde que se dedica a la venta de todo tipo de actividades turísticos entre las que destaca la caminata ecológica.
- FRASQUILLO TOURS, Negocio Verde que ofrece servicios turísticos entre los que destacan los recorridos sobre transportes fluviales.
- SELMA, Negocio Verde que ofrece servicios de limpieza de hogares, negocios y oficinas, lavado de muebles, automóviles y demás.
- FUNDACIÓN IMAT, Negocio Verde enfocado en el reciclaje de residuos aprovechables como tapas de botella y aceite de cocina.
- SINUTRAVEL S.A.S., Negocio Verde que ofrece servicios de turismo comunitario y salidas pedagógicas, exposición y venta de artesanías de grupos indígenas.
- ARTESANÍAS ISAÍAS, Negocio Verde que tiene como objetivo la producción y comercialización de artesanías hechas con caña flecha como bolsos, sombreros, sandalias, etc.
- Activa G10, Negocio Verde que se encarga de la producción y venta de chocolate orgánico a base de cacao.
- ASOAGROMIEL, Negocio Verde que se dedica a la recolección y venta de miel de abejas melíferas y meliponas.
- ARTESANOS DE POLONIA, Negocio Verde que trabaja en la producción y venta de artesanías a base de Totumo.
- ASOCORDIM, Negocio Verde que se dedica al cultivo, producción y venta vegetales de consumo diario, artesanías en madera y elaboración de productos medicinales.
- ACUAREL, Negocio Verde que elabora y comercializa llaveros a base de resina y material orgánico.
- ALBEC SAS, Negocio Verde enfocado en la elaboración de aliños naturales caseros para adobo de carnes
- INTEGRASINU, Negocio Verde que procesa de manera natural el cacao para la elaboración y venta de chocolates.

- La Niña María, Negocio Verde que se dedica a la elaboración de comestibles como arepas tipo tela con queso mozzarella y arepas de yuca
- FUNDACIÓN ZENUES TRENZANDO FUTUROS, Negocio Verde que se encarga de elaborar y comercializar artesanías a base de caña flecha como mochilas, carteras, manillas, etc.
- EBERA NEKA, Negocio Verde en el que indígenas producen y venden sus artesanías como collares, manillas, mochilas, etc.
- APROMIEL S.A.S, empresa que se dedica a la extracción y comercialización de miel de abeja.
- COOPERATIVA AGROPECUARIA APÍCOLA DEL PANAL, Negocio Verde que se encarga de la extracción y comercialización de miel de abeja y productos derivados a base de la misma.
- ABONOS ORGÁNICOS, Negocio Verde que elabora y vende compost y a otros abonos orgánicos para nutrir los suelos de cultivo.

Para este evento además del acompañamiento logístico que se realizó desde el día 12 de octubre de 2023 y durante toda la feria, se llevó a cabo el reconocimiento de cada uno de los negocios detallando productos, procesos y sitios del departamento donde se radicaban, analizando minuciosamente la interacción de estos negocios con el público asistente con el fin conocer el nivel de aceptación de estas propuestas de negocios y por último una evaluación de la rentabilidad de estos Negocios basados en las cifras de ventas obtenidas durante los 2 días.

Figura 11

Feria de Negocios Verdes



Nota: Fotografía tomada durante el desarrollo de la feria Producción propia (13/10/23)

Como resultado de esta fase se logró un gratificante acercamiento a los Negocios Verdes a través del que se pudo constatar el gran valor que estos tienen en relación a la meta de sostenibilidad que se busca conseguir, logre evidenciar la necesidad que tiene el mercado de cada uno de los productos que

estos negocios ofertan, los cuales siempre resultaron atractivos para el público. En relación a las entrevistas estas se realizaron a solo 8 Negocios Verdes (Asahi, Vinos San Fernando, El portal de libia, Comestibles el progreso, Cayena, La Estación Ecología Las Guartinajas, ASOCORDIM) ya que, que hasta la fecha solo fue posible aplicar la entrevista a los Negocios Verdes que asistían a los eventos de promoción y comercialización sin embargo, debido a aspectos logísticos y de delegaciones del cronograma de la Feria de los Negocios Verdes, no fue posible aplicar la entrevista a estos negocios.

La entrevista (Anexo 2) se realizó de manera oral y teniendo en cuenta que esta en su mayoría esta formada por preguntas abiertas y en beneficio de la comprensión de los resultados, se hará mención de las generalidades halladas en ellas, puntualizando en aspectos que se consideren relevantes:

- En relación a la primera pregunta “¿Dónde se encuentra ubicado su negocio?”, solo 2 negocios (El Portal de Libia y ASOCORDIM) son de la ciudad de Montería y los otros 6 son de otros municipios del departamento como Sahagún, Tierralta, Lórica u otra vereda. Esta información es de gran relevancia ya que, evidencia que la Política Regional de Negocios Verdes ha tenido mayor impacto y crecimiento en las zonas rurales del departamento lo que puede estar asociado a la perspectiva del entorno natural que se tiene en el contexto rural y el contexto urbano, lo que hace visible la necesidad de implementar acciones de mejora que posibiliten cautivar la atención de un mayor numero de microempresarios de la zona urbana.
- Con respecto a la pregunta 2 “¿Cuántas personas participan en la elaboración?”, las empresas El Portal de Libia, ASOCORDIM, Vinos san Fernando y La Estación Ecológica las Guartinajas aseguraron que cuentan con la participación de más de 5 personas en la elaboración de sus productos, lo cual es de gran importancia destacar ya que, a pesar de que como ya se mencionó en este informe en los Negocios Verdes por lo general, el propietario se encarga de la mayoría de procesos, se evidencia la vinculación de personal a muchos de los negocios lo que demuestra el crecimiento que han estado teniendo.
- De la pregunta 3 “¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?”, a lo que todos los Negocios Verdes afirmaron hacer uso de redes sociales para la promoción, al igual que de los espacios suministrados por la fundación para exponer sus productos. Asahi, Vinos San Fernando, El Portal de Libia, Comestibles el Progreso y Cayena, aseguraron contar con mas de 2 puntos de venta incluso en municipios diferentes del departamento, lo que resalta también la gran labor que se viene realizando con estos negocios.

- La pregunta 4 “¿Cómo describiría su experiencia a cargo de un Negocio Verde?” arrojó que en general la describirían como una experiencia gratificante, en la que algunos concuerdan con que ha vivido etapas en las que ha sido difícil mantener el negocio, pero han sabido salir a flote y poco a poco se han consolidado en el mercado, algunos afirman sentirse comprometidos con el cuidado del medio ambiente y con la certeza de que en un futuro cercano sus productos tendrán una mejor acogida en el mercado.
- Para la pregunta 5 “¿Qué opinión tiene de estos espacios de promoción y comercialización de sus productos?, todos los negocios afirmaron que para ellos es una gran oportunidad para promocionar sus productos y conocer el catálogo de Negocios verdes, algunos afirmaron que al ser invitados se esmeran por traer los mejores productos esperando enaltecer el trabajo realizado por la Fundación Flora y Fauna y la CVS y obviamente generar un gran impacto en el público que asiste.
- En relación a la pregunta 6 “¿Cómo califica el resultado de la exposición en relación a las ventas realizadas?” todos los Negocios Verdes calificaron el resultado como excelente, asegurando que las ventas que realizaron superaron sus expectativas, algunos afirmaron que cada venta que realizan es de gran valor ya que, su principal enfoque en las exposiciones de negocios son la labor de promoción y divulgación. En consecuencia, las preguntas 5 y 6 demuestran la pertinencia de las actividades de fortalecimiento de los negocios las cuales, poco a poco acercan a los Negocios Verdes a sus objetivos.
- Por último para la pregunta 7 “¿Tiene alguna sugerencia en pro del mejoramiento de estos espacios de promoción y comercialización para sus Negocios Verdes?”, los negocios verdes entrevistados aseguraron que se sentían satisfechos con las actividades de promoción y comercialización, que la única sugerencia que podían hacer es que realizaran exposiciones con mas frecuencia y que fueran invitados ya que muchas veces les facilitan alcanzar las metas de venta mensuales.

Para determinar el número de negocios verdes que existen a la fecha es necesario comentar nuevamente que debido a que, aun no se expide el informe con los resultados del año 2023 la indagación realizada se centro en los datos del informe realizado en el año 2022 donde se hallo que para el año anterior según Fundación Flora y fauna (2022) donde entre línea comentan que “se lograron hacer visita técnica presencial a 102 de los 150 Negocios verdes verificados”. Como bien es mencionado para el año 2022 ya existían 150 propuestas de negocio que daban cumplimiento a los criterios establecidos por el Plan Nacional de Negocios Verdes. La indagación realizada arrojó también

que para 2023 existe un dato no oficial de la existencia de 171 Negocios Verdes verificados y 12 mas que se encuentran a la espera del proceso de verificación.

- Tercera Fase

En esta fase se realizó el balance general de los Negocios Verdes, respecto al que luego de contrastar toda la información recopilada durante las fases anteriores es posible afirmar que el balance es positivo ya que, a pesar de que las metas y retos en relación al desarrollo sostenible planteados en el Plan Nacional de Negocios Verdes son mucho mayores y ambiciosas es posible evidenciar la gran acogida de los Negocios Verdes y los impactos representativos que ha tenido a nivel socio-ambiental, lo cual a desencadenado en un crecimiento exponencial de estas propuestas de negocio y por ende su mercado. No cabe duda de que las exigencias ambientales a nivel mundial posicionaran en un futuro no muy lejano este mercado como una de las principales actividades económicas, por lo que es acertado por parte de la Corporación Autónoma Regional de los Valles del Sinú y del San Jorge dirigir sus esfuerzos a dar solides y proyección a los Negocios Verdes que hoy se establecen.

En cuanto a las estrategias usadas para potenciar la promoción y comercialización merece la pena destacar las exposiciones de Negocios Verdes desarrolladas en congresos y seminarios ya que, evidencian la gran visión y experiencia del personal de la Ventanilla de Negocios Verdes de CVS y la Fundación Flora y Fauna, quienes al ejecutar esta estrategia que se llevan a cabo en el marco seminarios y congresos en ocasiones con participaciones internacionales y de carácter formativo a nivel escolar, universitario y profesional no solo generan procesos de promoción y venta de productos existentes, sino que también despiertan el interés de los asistentes por crear sus propias ideas de negocio extendiendo el alcance del plan regional de Negocios Verdes a ámbitos que en primera medida a lo mejor no fueron tenidos en cuenta.

Con relación a las cifras, de igual forma es posible evidenciar el amplio crecimiento que han tenido los Negocios Verdes realizando una comparativa simple de la cantidad de Negocios Verdes verificados que ha habido en los últimos años. Durante el 2020 “se identifican más de sesenta (60) productores de Negocios Verdes en el Departamento de Córdoba, los cuales han sido previamente verificados por la Corporación y la Oficina de Negocios Verdes del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible” (CVS, 2020), para el año 2022 según información ya relacionada en este informe el portafolio de Negocios Verdes se había duplicado llegando a la cifra de 150 negocios que cumplían con los criterios de verificación, si tenemos en cuenta el reporte no oficial de Negocios Verdes del 2023, el cual indica

que a la fecha hay 171 Negocios Verdes que cumplen con los criterios de verificación y que además, hay 12 Negocios Verdes que se encuentran a la espera del proceso de verificación. Lo que dicta, que entre 2020 y 2023 el catálogo de Negocios Verde se triplico por lo que, existe una alta probabilidad de que para el año 2023 los aportes a la economía de estos negocios superarán los 39 mil millones recaudados en el año 2022.

6. APORTES DEL ESTUDIANTE

Durante el corto periodo en el que se trabajó en la Fundación Flora y Fauna el mayor aporte fue atender cada tarea que se delegaba anteponiendo el rol como docente, aplicando todas las herramientas recopilado durante el proceso de formación desde donde se logró mejorar la ejecución de algunas estrategias de promoción y comercialización, brindado recomendaciones a los encargados de los negocios para mejorar la interacción con los clientes mientras se encuentran en los stand y dando solución a distintas problemáticas que se presentaron durante la ejecución de las actividades. Sin embargo, considero que el principal aporte se realiza con la ejecución de este informe final gracias al que es posible destacar y enaltecer la gran labor que desempeñan los miembros de la Fundación Flora y Fauna la cual, se ve reflejada en los resultados de esta investigación, donde se constata que parte del gran crecimiento y la gran aceptación que han tenido los Negocios Verdes es gracias a su gran esfuerzo y compromiso mediante los que se han desarrollado estrategias apropiadas para la promoción y crecimiento de estos negocios, estrategias que se cimientan sobre los objetivos de conservación y mejoramiento del medio ambiente.

7. CONCLUSIONES:

El periodo de pasantías fue una etapa que aportó a un gran crecimiento personal y sin lugar a duda, aportó aprendizajes de gran valor para el proceso formativo, que me permitió darme cuenta que es un sector en el que me gustaría trabajar, ya que tiene un gran potencial y pude evidenciar que cuento habilidades que me harían útil en este sector. Durante esta etapa pude evidenciar los grandes esfuerzos que se realizan a nivel regional para proteger y preservar el medio ambiente, esfuerzos que a pesar de no ser percibidos por los ciudadanos del común son de gran valor y si han tenido impactos significativos en nuestra sociedad. Este trabajo me permitió reconocer la importancia que tiene la implementación de planes y estrategias como los Negocios Verdes los cuales sin temor a equivocarme, son el camino hacia el desarrollo sostenible de las naciones que además, si se aumentaran los esfuerzos

del gobierno nacional, podría llevar a Colombia país en desarrollo, a ser uno de los principales exportadores a nivel mundial de productos amigables con el medio ambiente. Las pasantías me han motivado a continuar mi proceso de formación profesional inclinándome hacia el sector de la educación ambiental, teniendo claro que tengo capacidades para generar transformaciones sociales que permitan el mejoramiento de las condiciones ambientales de la actualidad las cuales, necesitan de la intervención de profesionales con sentido de pertenencia por nuestros recursos naturales preparándome para a futuro poder estar preparado para vincularme a este sector laborar.

8. RECOMENDACIONES

Como recomendación se sugiere a la Fundación Flora y Fauna que se les permita a los pasantes ser vinculados a más trabajos desarrollados con la comunidad colaborando a que en su proceso formativo, estos generen más experiencia relacionada a este ámbito que les permitan fortalecer sus habilidades de dialogo, análisis y acción la cuales, son indispensables en un profesional integro. Se recomienda de igual manera, delegarle a los pasantes más tareas construcción escrita para que estos puedan familiarizarse con las pautas y exigencias empleadas en la CAR para el desarrollo de este tipo de proyectos. De antemano se agradece a la fundación el haber abierto sus puertas al desarrollo de las pasantías, esperando que se haya dejado una buena imagen que permita abrir las puertas a más estudiantes del programa que deseen hacer uso de esta opción de grado.

9. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- *Acevedo, A. Porras, N. Salgado, J. (2017). Importancia de la intervención de Instituciones en los Negocios Verdes. Universidad Uniagustiniana. Colombia. Recuperado de:*
<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/156/SalgadoMongui-JohanManuel-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- *Arbeláez, C. Vallejo, C. Higgings L. Escobar, E. (2016). El Acuerdo de París. Así actuará Colombia frente al cambio climático. 1 ed. WWF-Colombia. Cali, Colombia. Recuperado de:*
https://archivo.minambiente.gov.co/images/cambioclimatico/pdf/documentos_tecnicos_soportee/As%C3%AD_actuar%C3%A1_Colombia_frente_al_cambio_clim%C3%A1tico.pdf

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Tercera edición* PEARSON EDUCACIÓN, Colombia, ISBN: 978-958-699-128-5 Área: Metodología. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Cerdá, E., & Khalilova, A. (2016). *Economía circular, estrategia y competitividad empresarial*. Recuperado de: <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/401/CERD%C3%81%20y%20KHALILOVA.pdf>
- Cerón, M. Lasso, J. (2020). *Análisis de la situación actual de las iniciativas de negocios verdes y biocomercio pertenecientes a la línea base del programa de negocios verdes y sostenibles en el departamento del Amazonas*. Universidad del Rosario. Colombia. Recuperado de: <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/9e4b3930-2b02-4198-885c-bc231c457667/content>
- Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 8. Julio 7 de 1991. 2da Ed. Legis
- Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 95, inciso 8. Julio 7 de 1991. 2da Ed. Legis
- Corporación Autónoma Regional de los valles de Sinú y del san Jorge (CVS). (2020). *Portafolio empresarial de Negocios Verdes del departamento de Córdoba. Negocios Verdes sostenibles para la vida*. Recuperado de: https://www.cvs.gov.co/web/wp-content/docs/PORTAFOLIO_EMPRESARIAL_NEGOCIOS_VERDES_CVS-EMERGENCIA.pdf
- Equipo técnico Fundación Flora y fauna. (2022). *Implementar acciones para el fortalecimiento ambiental de los sectores productivos del departamento de Córdoba, en el marco de la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible y el programa regional Negocios Verdes – Región Caribe*. Fundación Flora y Fauna. Recuperado de: [file:///C:/Users/andre/Downloads/VERSI%C3%93N%20FINAL%20CONVENIO%20011%20DEL%202022%20INFORME%20DIC%2030%202022%20EMPASTAR%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/andre/Downloads/VERSI%C3%93N%20FINAL%20CONVENIO%20011%20DEL%202022%20INFORME%20DIC%2030%202022%20EMPASTAR%20(1).pdf)
- Fernández, R. (2006). *La entrevista en la investigación cualitativa*. Universidad de Costa Rica. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/8017/11775>

- Fuentes A... [et al.], editores. (2018). *Guía para el desarrollo de los negocios verdes en la jurisdicción de Corpoguavio/ Ever -- Bogotá: Universidad Libre, Corpoguavio, Minambiente. Recuperado de:*
<https://negociosverdes.corpoguavio.gov.co/sites/default/files/corpoguavio/imagenes/Guia%20para%20el%20desarrollo%20de%20los%20Negocios%20Verdes.pdf>
- Granados, J. (2018). *Evaluación de la estrategia de implementación de Negocios Verdes en Colombia en el periodo 2005-2015. Fundación Universitaria de América. Colombia. Recuperado de:*
<https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/6627/1/2131093-2018-1-EF.pdf>
- Iturregui, P. (2016). *Negocios verdes en el Perú: un informe para el sector privado. 1ª. Ed. Lima: Octubre, 2016. 120 p. Recuperado de:*
<https://es.scribd.com/document/409455754/Negocios-Verdes-en-el-Peru-version-ligera-pdf>
- Kawulich, Barbara B. (2006). *La observación participante como método de recolección de datos [82 párrafos]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal], 6(2), Art. 43. Recuperado de:*
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2715/1/La%20observaci%C3%B3n%20participante%20como%20m%C3%A9todo%20de%20recolecti%C3%B3n%20de%20datos.pdf>
- Ludwig, V. S. (2002). *Desarrollo Sostenible: acotaciones conceptuales y revisiones estratégicas. Boletín Económico de ICE, 2749, 13-24. recuperado de:*
file:///C:/Users/andre/Downloads/Desarrollo_sostenible.pdf
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2010). *Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Agosto 2010. Colombia. Recuperado de:*
https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf
- Min Ambiente y Desarrollo Sostenible, (2014). *Plan Nacional de negocios Verdes, septiembre 2014. Recuperado de:*
https://isfcolombia.uniandes.edu.co/images/20152/Plan_Nacional_ngocios_verdes.pdf

- *Min Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030, noviembre 2022. Recuperado de: https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/11/Resumen_Ejecutivo-PNNV-2022-2030-1.pdf*
- *ONU (1987). Nuestro futuro común. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Nairobi. Recuperado de: https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMA-D-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf*
- *Pérez, J. López, J. Fernández, M. (2021). Crecimiento de negocios verdes en la ciudad de Cúcuta entre los años 2018 – 2019. Universidad Libre seccional Cúcuta. Colombia. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/19507/Articulo.pdf?sequence=1>*
- *Rivas, J. (2013). El biocomercio y los mercados verdes: una aproximación conceptual y su relación con los negocios verdes. Medellín. U. P. B. Recuperado de: file:///C:/Users/andre/Downloads/downacademia.com_concepto-mercados-verdes-y-biocomercio.pdf*
- *Rodríguez, F. Catumba, J. Arias, L. (2021). Negocios verdes: una oportunidad de desarrollo sostenible para las empresas del futuro: "una mirada desde la investigación" 1a ed. Fundación Universitaria Compensar: Ecoe Ediciones. Bogotá. recuperado de: <https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2943/Negocios%20verdes%20ebook.pdf?sequence=1&isAllowed=y>*

10. ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de actividades del periodo de pasantías

META	ACTIVIDAD	PLAZO		MESES				
		Inicio	Final	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23
FORTALECER CAPACIDADES LOCALES A TRAVÉS DEL INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS EN PRODUCCIÓN SOSTENIBLE Y TECNOLOGÍAS LIMPIAS CON SECTORES PRODUCTIVOS DEL DEPARTAMENTO.	Apoyo en el Desarrollo de un evento (Seminario) con expertos en temáticas relacionadas con la implementación de estrategias de producción sostenible y tecnologías limpias, el cual estará dirigido a empresas y organizaciones de los 6 sectores productivos priorizados en el PAI.	AGO-23	SEP-23					
DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN, COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE NEGOCIOS VERDES.	Apoyar en la Realización de una Feria de Negocios Verdes para la promoción y comercialización de productos de Negocios Verdes de la Ventanilla de CVS; esto incluye: promoción y divulgación, logística	AGO-23	OCT-23					

	requerida para el evento, y evaluación del mismo.							
	Apoyar a negocios verdes del departamento para representar a la Ventanilla de Negocios Verdes de CVS en eventos de orden local, regional y Nacional (Ferias, seminarios).	AGO-23	NOV-23					
ACOMPañAMIENTO Y ASESORÍA A LOS NEGOCIOS VERIFICADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PLANES DE MEJORA.	Realizar visitas técnicas de seguimiento y asesoría a los negocios verdes verificados en el municipio de Montería, para la efectiva implementación de sus planes de mejora.	AGO-23	DIC-23					

Anexo 2

Estructura para la entrevista para el reconocimiento de los Negocios Verdes

Entrevista para el reconocimiento de los Negocios Verdes	
Con el fin de reconocer la labor realizada por un Negocio Verde se hace necesaria la aplicación de una entrevista que permita detallar aspectos particulares de los negocios verdes, para lo cual responda:	
1.	¿Dónde se encuentra ubicado su negocio? _____
2.	¿Cuántas personas participan en la elaboración? _____
3.	¿Cómo realiza la comercialización de sus productos? _____
4.	¿Cómo describiría su experiencia a cargo de un Negocio Verde? _____
5.	¿Qué opinión tiene de estos espacios de promoción y comercialización de sus productos? _____
6.	¿Cómo califica el resultado de la exposición en relación a las ventas realizadas? <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Excelente
7.	¿Tiene alguna sugerencia en pro del mejoramiento de estos espacios de promoción y comercialización para sus Negocios Verdes? _____

Anexo 3

Collage congreso internacional REDLAD



Anexo 4

Collage congreso Poder Pedagógico popular



Anexo 5

Collage congreso Desarrollo Sostenible, Medio Ambiente e Investigación MDR



Anexo 6

Collage seminario *El Rol de la academia como eje fundamental para el desarrollo sostenible de los territorios*

Anexo 7

Collage Feria de los Negocios Verdes

