

# Los negocios verdes desde la experiencia de 16 emprendedores de la Región Andina de Colombia\*

Green businesses from the experience of 16 entrepreneurs from the  
Region Andina of Colombia

**María Teresa Holguín Aguirre\*\***

**Oscar Daniel Leal Rodríguez\*\*\***

**Ana María Ramírez Cuervo\*\*\*\***

*Fecha de recepción: 09 de junio de 2024*

*Fecha de aprobación: 10 de junio de 2025*

*Fecha de publicación: 30 de junio de 2025*

DOI: <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2025v23n42.12127>

## Resumen

El presente artículo consolida un estudio desarrollado entre 2022 y 2024 por investigadores y auxiliares de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Libre. La investigación se basa en el análisis de múltiples casos de negocios verdes ubicados en la región Andina de Colombia y se apoya en entrevistas realizadas a los emprendedores de dichos negocios. El objetivo fue identificar los desafíos, potencialidades y prácticas de responsabilidad socio-ambiental en coherencia con la naturaleza de cada iniciativa empresarial.

**Citar como:** Holguin, M. T., Leal, O. D. y Ramírez, A. M. (2025). Los negocios verdes desde la experiencia de 16 emprendedores de la Región Andina de Colombia, 23 (42), 129-147. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2025v23n42.12127>

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



\* El presente es un artículo de investigación, hace parte del proyecto titulado “Diseño e implementación de estrategias y mecanismos para el soporte y desarrollo de la gestión del conocimiento en la FCEAC: integración de procesos desde el nivel posgradual hasta el nivel pregradual”, código 11020148, Grupo: Investigadores en Ciencias Económicas Administrativas y Contables, línea: Gestión Biodiversidad y Territorio.

\*\* Doctor en Desarrollo Sostenible de la Universidad de Manizales. Magister en Ciencias de la Educación con Énfasis en Gestión Educativa de la Universidad Libre; Especialista en Evaluación de Impacto Ambiental del Instituto de Investigaciones Ecológicas de España. Especialista en Manejo Integrado del Medio Ambiente de la Universidad de los Andes. Licenciada en Química y Biología de la Universidad Libre. Docente Investigadora hasta, líder de la línea Gestión Biodiversidad y Territorio, Grupo de Investigación Gestión Organizaciones y Sociedad de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Libre 2023-II, y miembro del Observatorio de Sustentabilidad de la Educación Superior para América Latina y el Caribe, Bogotá (Colombia). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9352-9223> CvLAC: [https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000538809](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000538809) Correo electrónico: mariat.holguina@gmail.com

\*\*\*Estudiante del Programa de Administración de Empresas. Auxiliar de Investigación del Grupo Gestión Organizaciones y Sociedad, línea de investigación Gestión Biodiversidad y Territorio (2023-2024) de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Libre, Bogotá (Colombia). ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2776-8038> CvLAC: [https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0002135439](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002135439) Correo electrónico: oscar-lealr@unilibre.edu.co y dleal0917@gmail.com

\*\*\*\*Egresada del Programa de Administración de Empresas. Auxiliar de Investigación del Grupo Gestión Organizaciones y Sociedad, línea de investigación Gestión Biodiversidad y Territorio (2022-2023) de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Libre, Bogotá (Colombia). ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7608-7197> CvLAC: [https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001530653](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001530653) Correo electrónico: anam-ramirezca@unilibre.edu.co

En la primera fase del estudio se analizaron siete negocios; en esta segunda versión se han incorporado nueve casos adicionales, para un total de dieciséis negocios verdes incluidos en el análisis. Entre los principales hallazgos se identifican diversos desafíos para los negocios verdes de la región, como la falta de interés y apoyo estatal, dificultades financieras debido a la falta de confianza en estos negocios, altos costos y burocracia en la creación de empresas sostenibles, así como la percepción de los empresarios de que las iniciativas estatales se quedan solo en el papel y desconocen el Plan Nacional de Negocios Verdes, lo que limita su participación en las estrategias planteadas. Pese a ello, reconocen oportunidades en la rentabilidad a largo plazo, así como en la generación de valor social y ambiental. Igualmente, en relación con la Agenda 2030 y los ODS, los entrevistados identifican que sus negocios aportan en gran medida al desarrollo de los ODS 6, 12, 13 y 15, correspondientes a la esfera planeta y al 8 de la esfera prosperidad. Destacan la necesidad de incorporar valores ambientales en los negocios en general y promover un cambio cultural hacia la sostenibilidad.

**Palabras Clave:** Negocios verdes, emprendedores verdes, sustentabilidad, desarrollo sostenible.

**Clasificación JEL:** L1, Q56 Y Q57

## Abstract

This article consolidates a study conducted between 2022 and 2024 by researchers and research assistants from the Faculty of Economic, Administrative, and Accounting Sciences at Universidad Libre. The research is based on the analysis of multiple green business cases located in the Andean Region of Colombia and relies on interviews conducted with the entrepreneurs of these businesses. The aim was to identify the challenges, opportunities, and socio-environmental responsibility practices in alignment with the nature of each business initiative.

In the first version of the study, seven businesses were analyzed; in this second version, nine additional cases have been included, totaling sixteen green businesses in the analysis. Among the main findings, several challenges for green businesses in the region were identified, such as a lack of government interest and support, financial difficulties due to a lack of trust in these type of businesses, high costs and bureaucracy in the creation of sustainable enterprises, as well as the perception that government initiatives remain only theoretical and disregard the National Green Business Plan, which limits their participation in proposed strategies. Despite these obstacles, they recognize opportunities in long-term profitability and in generating social and environmental value. Likewise, concerning the 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals (SDGs), the interviewees identified that their businesses significantly contribute to advancement of SDGs 6, 12, 13, and 15 in the “planet” category, and SDG 8, in the “Prosperity” category. They emphasized the need to incorporate environmental values into businesses in general and to promote a cultural shift towards sustainability.

**Palabras Clave:** Green businesses, green entrepreneurs, environment, sustainability, Agenda 2030 and SDGs.

**Clasificación JEL:** L1, Q56 Y Q57

## 1. Introducción

Los negocios verdes constituyen una nueva forma de emprendimiento con el potencial de incidir positivamente en la sustentabilidad del país, al fortalecer la conservación de la biodiversidad, el cuidado integral de los ecosistemas y la oferta de servicios que estos proveen a la sociedad. Desde 2020, el Ministerio de Ambiente contaba con un portafolio de más de 970 productores de negocios verdes en 29 departamentos del país, con productos básicos puestos a disposición de la población durante la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 (MADS, 2020). De igual manera, en 2022 la Secretaría Distrital de Ambiente reportaba la existencia de un Ecodirectorio con más de 72 negocios verificados y divulgados en su plataforma oficial (SDA, 2023).

Si bien este tipo de iniciativas va en crecimiento, su expansión no se da con la celeridad que exigen las actuales crisis ambientales, entre ellas el cambio climático, agravado por la pérdida de cobertura boscosa, el uso indiscriminado de combustibles fósiles y la contaminación del aire, los suelos y de las fuentes hídricas. Algunas de las políticas implementadas en Colombia refuerzan la idea de que tanto las organizaciones como los individuos deben transformar sus procesos productivos y los individuos y hábitos de consumo en favor de la sustentabilidad.

Las cadenas de suministro, los procesos de producción, los servicios, el mercadeo y la cultura ciudadana, son solo algunos de los desafíos que enfrentan los negocios verdes. En este contexto, la pregunta de investigación que orienta el

estudio es: ¿Cuáles son, y cómo se enfrentan, los principales desafíos y potencialidades de los negocios verdes identificados en la región Andina?

A partir de esta pregunta, se plantea como objetivo general reconocer los desafíos y potencialidades de los negocios verdes en la región, sistematizados con el apoyo de auxiliares de investigación en dos fases de estudio que abarcan un total de 16 experiencias analizadas. Los objetivos específicos propuestos son: a) Identificar algunos negocios verdes desarrollados en la región a partir de una búsqueda documental; b) realizar entrevistas y visitas de campo con emprendedores verdes o interesados en construir negocios que contribuyan al cuidado y preservación del ambiente, con el fin de conocer sus perspectivas generales; y c) establecer criterios para identificar limitaciones, desafíos, y potencialidades, así como las relaciones directas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de cada una de las iniciativas analizadas.

Los negocios verdes son definidos como “bienes y servicios que generan impacto ambiental positivo en Colombia” (MADS, 2012). Como lo señalan Ramírez y Holguín (2023), este tipo de negocios también puede identificarse con otros términos como mercados verdes, econegocios, emprendimiento verde, bionegocio, biocomercio, ecoinnovación, entre otros. Entre los conceptos y prácticas que los sustentan son la producción más limpia, el análisis de ciclo de vida, la economía circular, la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas, así como el desarrollo sostenible y la sustentabilidad.

Según Minciencias (2017), entre 2014 y 2016 en Colombia se identificaron 796 negocios verdes. Por su parte, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS, 2022) reporta que en 2022 se avalaron a nivel nacional 4162 negocios verdes, lo cual representa un incremento de cinco veces en seis años. En Colombia, los negocios verdes se clasifican en tres categorías, doce subcategorías y 29 actividades productivas diferentes. Las tres categorías principales son: bioproductos y servicios sostenibles, eco-productos industriales y productos por la calidad ambiental (MADS, 2022, pp. 94-115).

Aunque en Colombia los negocios verdes cuentan con algunos documentos de política asociados, aún no existe una legislación específica que los regule. No obstante, desde la década de 1990, con la formulación de la Política Nacional de Producción más Limpia (1997), se instó al sector público y privado a implementar emprendimientos y proyectos productivos con enfoque ambiental. En esta misma línea, se desarrollaron la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible en (2010), la Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE, 2012) y el Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV, 2014) y su más reciente actualización 2022-2030.

En el ámbito internacional, la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen otro marco político adoptado a nivel nacional mediante la Estrategia para la implementación de los ODS en Colombia (2018). A ello se suman otras políticas nacionales como la Política de Crecimiento

Verde (DNP, 2018), la Estrategia Nacional de Economía Circular (2019), la Estrategia Nacional de Bioeconomía (2020), la Política Nacional para el Control de la Deforestación y la Gestión Sostenible de los Bosques (2020), la Política de Turismo Sostenible Unidos por la Naturaleza (2020) y el plan de Desarrollo 2022-2026, el cual promueve “la transformación de las estructuras productivas, de tal manera que las economías limpias y biodiversas reemplacen la producción intensiva en el uso del carbono” (DNP, 2023).

Adicionalmente, algunas leyes —aunque no específicas— aportan al fortalecimiento de la visión de los negocios verdes en Colombia. Entre ellas se destacan: la Ley 2068 de 2020 (Turismo Sostenible), la Ley 2069 de 2020 (impulso del emprendimiento), la Ley 2169 de 2021 (Acción Climática), la Ley 2111 de 2021 (Lucha Contra la Deforestación), la Ley 2234 de 2022 (Emprendimiento social), entre otras. Estas normativas promueven cambios en los modelos de negocio, la estructura empresarial y la composición del producto interno bruto (PIB) del país (MADS, 2022, p. 6). Dichos marcos reclaman en la práctica el desarrollo amplio de los negocios verdes para el cumplimiento de metas e indicadores nacionales e internacionales en materia mitigación del cambio climático, y en general en materia de sustentabilidad.

Para la comprensión de los negocios verdes es fundamental reconocer el concepto de sustentabilidad, como la interacción armónica del ser humano con la naturaleza (Holguín, 2023). Esta visión reivindica la naturaleza como patrimonio —y no como capital—, en la que los procesos de transformación del entorno respetan la capacidad de

carga, absorción y restauración de los ecosistemas. Se trata de un concepto que reconoce los derechos al “otro”, es decir, de la naturaleza, aspectos que desde la visión de Gudynas (2004) transitan hacia la concepción de sustentabilidad superfuerte.

## 2. Metodología

La metodología utilizada retoma el estudio de Ramírez y Holguín (2023), basado en un enfoque cualitativo y el estudio casos de múltiples (Labrador, 2021), con el propósito de profundizar en los tópicos analizados y dar continuidad a la investigación mediante la incorporación de nuevos casos de negocios verdes. El diseño metodológico se estructuró en dos fases, cada una desarrollada en tres momentos. En la primera fase, se sistematizaron siete negocios por Ramírez y Holguín (2023) y en la segunda, se incorporaron nueve casos adicionales que complementan el presente análisis.

### ***Momento 1. Identificación y caracterización de los negocios o emprendimientos verdes***

Para la selección de la muestra se establecieron criterios de análisis con base en la identificación de más de 80 casos a través del ecodirectorio de negocios verdes (SDA, 2023), el Portafolio de Negocios verdes del MADS (2014), redes sociales y sitios web, utilizando descriptores afines a los negocios verdes como *econegocios*, *bionegocios*, *mercados verdes*, entre otros. Adicionalmente, algunos casos se conocieron en visitas a ferias empresariales, eventos, y salidas pedagógicas a campo.

Se enviaron invitaciones a más de 30 negocios, priorizando aquellos ubicados en la región

Andina y cuya accesibilidad facilitará la interacción directa entre los investigadores y los empresarios o emprendedores. Se verificó que en la descripción del negocio la sustentabilidad estuviera como centro de sus operaciones y no como un proceso añadido.

Basados en estos criterios, se tuvo en cuenta la muestra por conveniencia porque al ser contactados a través de oficio y correo electrónico o invitación directa 16 de estos negocios respondieron positivamente sobre su interés de participar en el estudio, y en las entrevistas confirmaron igualmente el permiso para ser mencionados de manera específica en la publicación.

La información general de los negocios se sistematizó bajo las siguientes categorías: nombre, descripción, características claves por la que se seleccionó para el estudio y logo de la organización.

### ***Momento 2. Diálogo de saberes***

En este momento se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con los empresarios o emprendedores del negocio, complementadas con visitas de campo a los lugares donde operan sus negocios. Se amplían detalles sobre las características de los negocios seleccionados, como tamaño de la organización, lugar de origen, sector económico, tipo de negocio verde según las categorías del MADS (2022), tiempo de funcionamiento, entre otros.

En total, se formularon 12 preguntas orientadas a conocer las visiones y percepciones de los emprendedores y empresarios.



### **Momento 3. Triangulación de la información**

En la última etapa se realizó un proceso de triangulación entre la información secundaria y los datos obtenidos en los momentos anteriores. Este análisis permitió establecer criterios para agrupar los desafíos y las potencialidades identificadas en los negocios verdes analizados, identificando de acuerdo con dichos criterios algunas rutas para enfrentarlos.

## **3. Resultados y Discusión**

### **3.1 Identificación y caracterización de los negocios o emprendimientos verdes objeto de estudio**

Los dieciséis casos seleccionados corresponden a negocios o emprendimientos verdes que tienen la sustentabilidad como eje central de sus operaciones. Se trata de iniciativas empresarial y socialmente responsables que, además de sus actividades productivas, en su mayoría incorporan una dimensión educativa, orientada a promover la conciencia ambiental en sus públicos y comunidades.

En cuanto a su localización geográfica, se identificó que algunos de ellos tienen más de una zona de acción directa. Uno de los negocios se desarrolla en Socorro (Santander), otro en Suesca (Cundinamarca), uno más en la Sabana de Bogotá, once en Bogotá D.C, dos en Subachoque (Cundinamarca).

Respecto de la madurez de los negocios analizados, se evidencia diversidad de trayectorias empresariales y estrategias de adaptación al mercado:

- **Negocios emergentes (0 a 5 años):** *Delicias de Calathea* (2020) surgió como respuesta a la crisis económica de la pandemia. *Metamorfica Lab* (2021) y *Café Don Marco Tulio* (2022) nacieron de proyectos universitarios y experiencias personales.
- **Negocios en consolidación (6 a 10 años):** *R.savilla S.A.S.* (2016), *AvoNatural* (2017), *Neocosmetica Santo Remedio* (2018), *Collecta* (2018) y *Verde Pluma* (2019) se destacan por su innovación en áreas como el reciclaje, la extracción de aceite de aguacate, la cosmética natural, la logística agrícola, y la elaboración de productos ecológicos.
- **Negocios consolidados (más de 10 años):** *Funcener* (2008), *Corafloor* (2008), *Café Majavita* (2009), *Bisvita* (2010), *Greenfuel Colombia* (2013), y *Ecomujeres* (2013), muestran crecimiento sostenido en sectores de educación energética, floricultura, café orgánico, gestión de residuos, biocombustibles, y artesanías sostenibles.
- **Negocios de alta madurez (más de 20 años):** *Hotel Rural La Esperanza* (1989) y *Ecotrek* (1992), han demostrado adaptabilidad y resiliencia en turismo rural y ecoturismo, consolidándose como referentes en sus áreas.

De acuerdo con la clasificación de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019) según el tamaño empresarial, los emprendedores ubicaron sus iniciativas en las siguientes categorías: doce negocios son microempresas, tres son pequeñas empresas y una es mediana empresa.

En lo referente al sector económico, y de acuerdo con los criterios propuestos por Rus (2020), se identificaron:

- Seis negocios en el sector secundario, relacionados con la transformación de sus productos agroecológicos y valoración de residuos orgánicos, la conversión de plásticos en mobiliario, la transformación de aceites usados en biodiésel y la biotecnología aplicada a la cosmética.
- Seis negocios en el sector terciario, enfocados en la prestación de servicios, vinculados al turismo, la agroindustria y el biocomercio.
- Cuatro negocios en el sector quinario, vinculados al desarrollo de procesos educativos, investigativos, tecnológicos, de desarrollo, e innovación.

El Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030 (MADS, 2022), es una herramienta de gestión que promueve el crecimiento verde

en Colombia y representa una oportunidad de participación para la promoción del desarrollo sostenible ponderando el respeto por la naturaleza y la sociedad en su conjunto, por encima de los intereses económicos. Esta herramienta aporta 3 categorías para el análisis y promoción de negocios verdes en el país, como se puede observar en la figura 1, donde se clasifican los negocios analizados, 64,7% pertenecen a la categoría de Bioproductos y servicios sostenibles, 29,4% pertenecen a la categoría de Ecoproductos industriales y 5,9% pertenecen a la categoría de Productos por la calidad ambiental.

De los doce negocios que se clasifican en la categoría de bioproductos y servicios sostenibles (MADS, 2022), cuatro pertenecen a la subcategoría de turismo sostenible: *Funcener*, *Ecotrek*, *Hotel Rural la Esperanza-Granja Avegasauna* y *Bisvita*, los cuales coinciden en trabajar por la conservación de la naturaleza y el turismo responsable, asuntos que también enseñan a sus clientes.

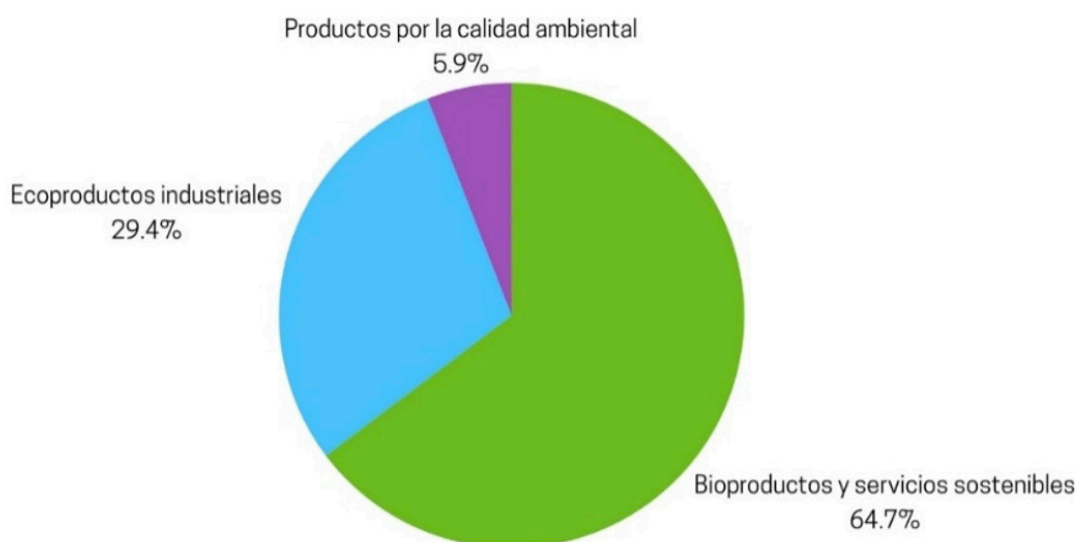


Figura 1. Categorías del PNNV asociadas con los NV analizados. Fuente: elaboración propia.

Seis negocios se identifican en la subcategoría de agrosistemas sostenibles, implementan y enseñan prácticas agroecológicas, entre ellos se encuentran: *Funcener*, *Café Majavita*, *Hotel Rural la Esperanza-Granja A Vegasuana*, *Collecta*, *Coraflor-Fundases* y *Bisvita*. Dos de los negocios se encuentran en la subcategoría de agroindustria sostenible, *Delicias de Calathea* que oferta alimentos autóctonos del país como el bocadillo, provenientes de cultivos de guayaba que usan prácticas agroecológicas y son empacados igualmente con embalajes amigables con el ambiente y *Café Don Marco Tulio* que oferta café orgánico en Bogotá proveniente de agricultores aliados en Norte de Santander y Huila.

En la subcategoría de biocomercio, se ubica *Verde Pluma* una tienda sostenible que comercializa bioproductos de cuidado personal, para mascotas y de limpieza para los hogares. Cabe señalar que algunos negocios verdes mencionados se encuentran ubicados en más de una subcategoría ya que cuentan con varias líneas de negocio.

En la subcategoría de biotecnologías se ubican *Neocosmética Santoremédio* que se dedica a la producción de cosméticos amigables con el ambiente y *Coraflor* que ofrece opciones microbiológicas como acondicionadores de suelos, fijadores de nitrógeno, solubilizadores de fósforo, promotores de crecimiento vegetal y biopreparados para control de insectos y plagas.

Cinco de los negocios analizados se ubican en la categoría de ecoproductos industriales, cuatro

de ellos en la subcategoría de aprovechamiento y valoración de residuos: *AvoNatural* que aprovecha la cascara de aguacate hass para obtener aceites esenciales; *R. Savilla SAS*, recupera residuos como estibas de madera para elaborar base camas, *Metamórfica Lab* que produce mobiliarios con plásticos reciclados y *Greenfuel Colombia* que recupera aceites vegetales usados para obtener biocombustibles de segunda generación.

En la subcategoría moda sostenible se ubica *Ecomujeres*, una asociación que promueve el reúso de materiales para su transformación en artesanías.

Finalmente, *Funcener-Casa Bioclimática*, se ubica en la categoría de Productos por la calidad ambiental, subcategoría Tecnologías verdes, ya que entre sus actividades principales incluye el servicio de capacitación e implementación de energías renovables para la mitigación y adaptación al cambio climático.

### **3.2 Desafíos y limitaciones de los negocios verdes**

A partir del diálogo de saberes sostenido con los empresarios y emprendedores participantes, se identificaron diversos desafíos y limitaciones que afectan el desarrollo de los negocios verdes. Con el apoyo del equipo de investigación, estos se clasificaron en cuatro categorías: ambientales, sociales, políticos y financieros.



### 3.2.1 Desafíos y limitaciones ambientales

Los negocios verdes enfrentan importantes desafíos ambientales vinculados, en primer lugar, a su dependencia de recursos naturales esenciales como, el agua, la energía y las materias primas. La operación sostenible de estos negocios exige una gestión eficiente y responsable de dichos recursos, lo cual puede verse limitado por la escasez, la falta de acceso a tecnologías limpias o los costos asociados a prácticas más sostenibles.

En segundo lugar, deben hacer frente a los efectos adversos del cambio climático, que representan una amenaza transversal para sus operaciones. Fenómenos como el incremento de temperaturas, los cambios en los patrones de precipitación y la intensificación de eventos climáticos extremos (sequías, inundaciones, heladas, entre otros) afectan directamente la producción agroecológica.

Asimismo, un desafío constante es la correcta gestión de residuos y desechos. A pesar de que estos negocios suelen tener una orientación hacia la reducción del impacto ambiental, deben diseñar e implementar prácticas de reducción, reutilización, reciclaje y disposición final responsable.

### 3.2.2 Desafíos y limitaciones sociales

Uno de los principales desafíos sociales identificados en los negocios verdes analizados es la baja cultura ambiental y el escaso compromiso en las personas sobre la importancia de reciclar,

recuperar, reusar, ahorrar insumos y recursos desde cada hogar. Esta situación, que ya había sido señalada en el diagnóstico preliminar del Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV, 2014), continúa representando un obstáculo para la consolidación de una ciudadanía ambientalmente consciente y participativa.

Asimismo, se observa que la demanda de productos y servicios sostenibles sigue siendo limitada, y esto hace que no haya un cambio en las organizaciones, es decir no aumente la oferta de servicios con este enfoque.

### 3.2.3 Desafíos y limitaciones políticos

En el plano político, los negocios verdes enfrentan una serie de limitaciones relacionadas con la desarticulación entre la normatividad existente y su aplicación efectiva. Los entrevistados coinciden en señalar que, a pesar de la normatividad existente de marcos normativos como el Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV), no se percibe un interés real del Estado por los temas asociados a la conservación del ambiente, por lo que no se identifican fácilmente apoyos concretos y reales a los empresarios de negocios verdes.

Varios empresarios expresaron que, aunque han colaborado en proyectos con entidades estatales, las leyes, normas, aportes, entre otras, se quedan sólo en el plano discursivo, sin traducirse en apoyos tangibles para el fortalecimiento de sus negocios.

Para el caso del documento del PNNV de 2014 o su actualización de 2022, la mayoría de los empresarios no tenía conocimiento alguno o lo conocían parcialmente. Solo uno de ellos indicó haber participado en su construcción, pero afirmó que no estaría dispuesto a involucrarse nuevamente en la elaboración de guías, metodologías o instrumentos normativos, al considerar que estos esfuerzos no se materializan en acciones prácticas.

### **3.2.4 Desafíos y limitaciones financieros**

Los entrevistados señalan que se enfrentan a falta de confianza y credibilidad en sus propuestas de negocio, lo que hace que sea difícil el posicionamiento en los mercados, y por la misma razón se les dificulta acceder a una relación bancaria o apoyo financiero mientras crecen este tipo de empresas.

Adicionalmente, los altos costos y papeleos que conlleva crear un negocio verde resultan incrementando el costo final que tiene el producto o servicio, lo cual va en contravía de la rentabilidad de cada negocio. No obstante, uno de los empresarios entrevistados señaló que, en algunos casos, los negocios verdes pueden llegar a ser más rentables que otros negocios convencionales, porque se ahorran procesos que muchas veces generan costos y gastos en la empresa, que se pueden interiorizar con procesos de sostenibilidad reduciendo costos de producción y de funcionamiento.

Por otra parte, aunque los entrevistados reconocen que la rentabilidad social y económica es una recompensa en el largo plazo,

el desafío inicial radica en la falta de rentabilidad inmediata, lo que puede desalentar a algunos emprendedores o empresarios convencionales.

### **3.3 Potencialidades de los negocios verdes**

Los emprendedores y empresarios concuerdan en decirles a los líderes de los negocios convencionales que transitar hacia los negocios verdes o procesos más sostenibles puede parecer difícil al principio, al no verse rentabilidad de forma inmediata, pero en el largo plazo la recompensa es la rentabilidad ambiental, social y económica. El cuidado del ambiente y de la sociedad en su conjunto es algo que compete a todos, en particular a los empresarios.

Se evidencia la importancia de los negocios verdes por su aporte a la mitigación del cambio climático, la prevención de la contaminación ambiental, así como de la preservación, recuperación y protección de los ecosistemas, asimismo, por su aplicación de los principios de la responsabilidad ambiental y social. Con ellos logran demostrar que ser sostenible no es difícil, como pueden creer los empresarios convencionales, solo implica hacer las cosas de manera diferente, las cuales generan optimización de los recursos naturales, del talento humano y de los recursos económicos.

Dentro de las potencialidades se identifica el aporte de los negocios verdes a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su respuesta directa o indirecta a la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2018) de allí que los empresarios establecieron relaciones de su oferta de productos o servicios con algunos de los ODS.

Siendo los más representativos:

- **ODS 6:** Agua limpia y saneamiento básico (11 negocios).
- **ODS 12:** Producción y consumo responsables (14 negocios).
- **ODS 13:** Acción por el clima (10 negocios).
- **ODS 15:** Vida de ecosistemas terrestres (11 negocios).

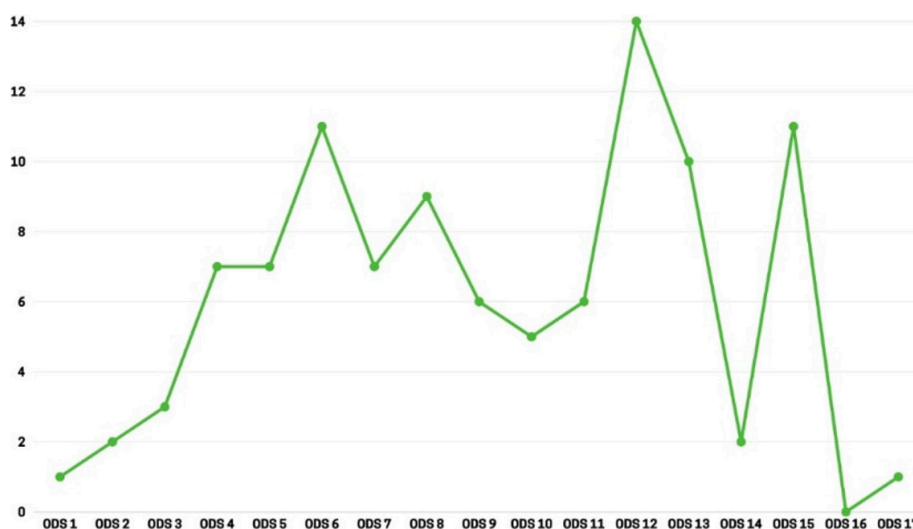


Figura 2. Relaciones directas de los negocios verdes analizados con los ODS.

Fuente: elaboración propia

Asimismo, el aporte al ODS 6 (Agua limpia y saneamiento) por parte de la mayoría de los negocios analizados se relaciona con su impacto directo en la calidad de vida de la población. Diversos emprendimientos expresan un compromiso explícito con la protección del recurso hídrico, al reconocer la estrecha dependencia humana de la calidad del agua, así como de la gestión adecuada de las aguas residuales para garantizar el bienestar colectivo.

En lo referente a los ODS 12 (Producción y consumo responsables), 13 (Acción por el clima) y 15 (Vida de ecosistemas terrestres), cada negocio ha visto la oportunidad de ofrecer alternativas amigables con el ambiente en comparación con los mercados convencionales.

Son conscientes de que sus emprendimientos previenen impactos ambientales, contribuyen a la mitigación del cambio climático y a la conservación de los ecosistemas terrestres. Esto refleja un compromiso sólido con la sostenibilidad ambiental en sus actividades comerciales.

Además, el reuso de materiales, la reducción en la generación de residuos y la inclusión de servicios educativos orientados al consumo responsable son prácticas comunes que conforman la cadena de valor que caracteriza a este tipo de negocios.

Los negocios analizados reconocen conexiones significativas con los ODS 4 (Educación de

calidad), ODS 5 (Igualdad de género), ODS 7 (Energía asequible y no contaminante) 7 negocios; con el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) 9 negocios. Aunque no se trata de centros educativos formales, muchos de estos emprendimientos contribuyen activamente a la transformación cultural de sus grupos de interés (stakeholders), promoviendo prácticas sostenibles. También se destaca la importancia de tener condiciones dignas de trabajo y la de valorar el talento humano tanto de hombres como de mujeres.

En el tercer eslabón de los más valorados, el ODS 9 (Industria, Innovación e Infraestructura) 6 negocios verdes, ODS 10 (Reducción de las Desigualdades) 5 negocios y ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles) 6 negocios, reflejando su compromiso con la innovación, la equidad y el desarrollo sostenible de las ciudades y los territorios.

Sin embargo, se observa que algunos, el ODS 1 (Fin de la pobreza) 1 negocio, ODS 2 (Hambre cero) 2 negocios, ODS 3 (Salud y bienestar) 3 negocios, ODS 14 (Vida submarina) 2 negocios y ODS 17 (Alianzas para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible) 1 negocio, no fueron asociados directamente con sus actividades, aunque el equipo de investigación si identifica que varios de estos negocios están contribuyendo directa o indirectamente a dichos ODS, por ejemplo, ofrecer empleo digno y promover prácticas agrícolas sostenibles, contribuye en la reducción de la pobreza y el hambre. Igualmente ofrecer productos sanos y seguros para la alimentación

es hacer un aporte al ODS 2 y 3. Evitar el uso de plásticos y reusarlos en procesos productivos es ya una forma de aportar en la disminución de plásticos que afectan a los ecosistemas marinos.

Respecto al ODS 17, se evidenció una baja articulación entre los negocios verdes, reflejo de un trabajo solitario que desconoce el potencial transformador de las alianzas estratégicas y del trabajo en red. Finalmente, ninguno de los negocios identificó una relación directa con el ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas), lo que indica es un área potencial para explorar, debido que los negocios verdes dan respuesta de forma concreta a los criterios de la responsabilidad social empresarial y su contribución a la construcción de instituciones sólidas, sociedades más justas y pacíficas.

En cuanto a los beneficios que tienen los negocios verdes en la región, el 100% de las personas entrevistadas manifestó que el principal valor de sus negocios radica en la satisfacción personal de hacer las cosas bien, tanto con el ambiente como con la sociedad. Esta percepción se acompaña del reconocimiento de oportunidades de obtener beneficios económicos.

Basado en la literatura existente, las prioridades emergentes en las agendas internacionales y los desafíos y limitaciones presentados por los entrevistados, así como los criterios utilizados para su análisis, se clasifican algunas potencialidades que vienen a fortalecer la cadena de valor de los negocios verdes, a saber:

### **Potencialidades Ambientales:**

- Desarrollo de tecnologías verdes para reducir la huella ambiental propia y la de otras organizaciones y comunidades.
- Fortalecimiento de la innovación en procesos de reciclaje y reutilización de materiales que ponen al servicio de la sociedad.
- Fomento de la sostenibilidad energética con energías renovables.
- Participación en programas de reforestación y preservación de bosques para ofertar servicios de reducción de huella hídrica y reducción de huella de carbono.

### **Potencialidades Sociales:**

- Creación de empleo local y de calidad, en comunidades cercanas al lugar de funcionamiento del negocio.
- Promoción de la equidad de género en la industria verde.
- Impulso de proyectos de responsabilidad social empresarial propios y de organizaciones que puedan apadrinar o acompañar hacia una transición de negocio convencional a negocio verde.
- Educación y sensibilización sobre prácticas sustentables en la sociedad.
- Potenciar las alianzas, el trabajo en red y las diversas formas de agremiación, es fundamental liderar la Red Colombiana de Negocios Verdes y buscar apoyo a nivel intersectorial.

### **Potencialidades políticas:**

- Participación de los empresarios y emprendedores en políticas públicas de fomento a la economía verde.
- Influencia en la creación de regulaciones ambientales favorables a los negocios verdes.
- Acceso a subsidios y apoyos gubernamentales para proyectos verdes.
- Formación de alianzas estratégicas con entidades gubernamentales.
- Proponer incentivos al gobierno para que más emprendedores adopten estas formas de negocio. Entre ellos, por ejemplo, la reducción de impuestos por el acompañamiento a la transición de otras empresas.

### **Potencialidades financieras:**

Atracción de inversores y financiamiento verde.

- Acceso a mercados y consumidores preocupados por la sostenibilidad y sustentabilidad.
- Reducción de costos a largo plazo mediante prácticas ecoeficientes de la propia organización.
- Diversificación de fuentes de ingresos a través de productos y servicios sustentables.
- Existencia de programas, proyectos y entidades financiadoras identificados:

*A nivel nacional: Fondo Nacional Ambiental, Bancoldex, Fondo Emprender, Banco Mundial - Colombia, Innpulsa Colombia, Minciencias.*



*A nivel internacional: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Green Climate Fund, Fondo para la Eficiencia Energética y Energías Renovables en América Latina y el Caribe, Climate Investment Funds, European Investment Bank, Global Environment Facility, y el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM o GEF por sus siglas en inglés), este último de gran interés por ser “una familia multilateral de fondos dedicados a enfrentar la pérdida de biodiversidad, el cambio climático y la contaminación, y a apoyar la salud de la tierra y los océanos” (GEF, 2024).*

Además, se identificaron oportunidades para que los emprendedores aprovechen programas como el Programa Mi Negocio Verde de la OIT, el cual promueve a través de cursos la generación de emprendimientos verdes, sostenibles e innovadores, y el enverdecimiento de micro y pequeñas empresas en operación (OIT, 2022).

**Apalancamiento:** es fundamental que la región y el país adopte cada vez medidas más contundentes para que los negocios en general transiten hacia procesos y productos que garanticen el cuidado de la naturaleza. La sociedad no se debería permitir que hoy existan negocios que no construyen relaciones armónicas con el ambiente y la sociedad misma. Los negocios verdes pueden convertirse en una forma de apalancamiento de nuevos negocios amigables con el ambiente, sus experiencias pueden servir de guía para una transición hacia formas de negocios cada vez más conscientes de su responsabilidad con el resto de la naturaleza.

De ahí la importancia de fortalecer las redes de territoriales y nacionales de negocios verdes, por regiones y a nivel nacional.

## 4. Conclusiones

Tras identificar y analizar 16 casos de negocios verdes en la región y tener contacto con sus emprendedores o empresarios, se concluye que el 100% de ellos son organizaciones con ánimo de lucro, constituidas legalmente con personas y recursos al igual que cualquier otra empresa. No obstante, se distinguen por nacer de una convicción de sus líderes por proteger el ambiente potenciando el uso de recursos existentes en los territorios, como por ejemplo los residuos sólidos convirtiéndolos en materia prima o en un subproducto para el desarrollo de algún producto, proceso o servicio.

Estas iniciativas promueven el desarrollo bajo en carbono, la resiliencia climática, el cuidado de la sociedad, la preservación y restauración del ambiente, tal como lo plantean el PNNV 2022-2030, aspectos que en definitiva son una fortaleza en la cadena de valor que ofrece este tipo de negocios frente a negocios convencionales.

La categoría más desarrollada de los negocios verdes analizados es la de bioproductos y servicios sostenibles con un 64,7% de los negocios ubicados en esta categoría. Cabe señalar que, los negocios según sus actividades vinculadas pueden ubicarse en más de una categoría de las propuestas por el PNNV 2022-2030. Es un reto fundamental para el país seguir fortaleciendo el desarrollo

de los negocios tendientes a esta y las otras dos categorías, eco productos industriales, productos por la calidad ambiental si se quiere avanzar hacia las metas de sostenibilidad.

El panorama sobre los negocios verdes analizados permitió clasificar las limitaciones y desafíos, así como las potencialidades más relevantes en 4 categorías ambientales, sociales, políticas y financieras, cuya correspondencia puede permitir reconocer rutas si se quiere avanzar hacia una economía descarbonizada según las metas del plan de desarrollo de Colombia 2022-2026 y el PPV 2022-2030.

Los negocios verdes enfrentan tantos desafíos como cualquier otra organización, desde crear o seleccionar una idea sostenible e innovadora para iniciar un negocio, hasta mantenerla productiva y estable en el tiempo, sin embargo, estas tienen desafíos adicionales como lo son el generar confianza en los consumidores, dado el corto tiempo de desarrollo y la escasa promoción en el mercado. Igualmente se enfrentan a percepciones erróneas en los usuarios, como por ejemplo, creer que por utilizar materiales reciclados los precios deben ser bajos, que su calidad es limitada o que se compromete la estética de los productos. Mientras se construye esta confianza para obtener un buen nivel de ventas, deben enfrentarse a desafíos económicos para mantener su negocio con recursos propios, dada también la dificultad para acceder a financiación, por las mismas relaciones de baja confianza en los productos o servicios verdes que ofrecen.

Por otro lado, se esperaría que este tipo de negocios tuviera beneficios y oportunidades respaldadas por las políticas y normas vigentes (Ley 2069 de 2020, Ley 2169 de 2021, Ley 2234 de 2022, COMPES1394 de 2018, Agenda 2030 de 2015, entre otras) ya que están comprometidos con el cuidado del ambiente y responden a las demandas internacionales y nacionales asociadas a la mitigación del cambio climático. Sin embargo, en el plano nacional el Plan Nacional de Negocios verdes PNNV 2022 -2030 en particular no es vinculante con alguna ley o decreto que ofrezca beneficios de forma concreta, puesto que según los empresarios y emprendedores de este estudio los beneficios planteados se quedan en el papel, siendo tratados como cualquier empresa de productos y servicios convencionales. Y en el plano internacional la Agenda 2030 igualmente no vinculante a pesar de identificar el aporte explícito de los negocios verdes a los objetivos de desarrollo sostenible.

Se requiere apoyo del Estado para fortalecer las relaciones de confianza entre los emprendedores de negocios verdes, los inversionistas, las entidades financieras y los consumidores, con miras a posicionar las marcas, mejorar la oferta y a la vez la demanda. Para que Colombia avance en una cultura general de negocios verdes o más sostenibles comprometidos con el ambiente y la sociedad, también es necesario aumentar los incentivos a los emprendedores, por ejemplo, los d tipo financiero, tributario, acompañamiento

estatal, donde no necesariamente se flexibilicen las normas, pero si se les facilite el camino hacia su constitución, legalización, sostenimiento económico, cumplimiento normativo, etc. Colombia debe priorizar el financiamiento de las diversas líneas de negocios verdes establecidas en el PNNV, apoyar con subsidios, fortalecer alianzas con las entidades financieras para facilitar el acceso y modalidades de financiación.

Los negocios verdes analizados tienen un gran potencial para el cumplimiento de las metas relacionadas con la descarbonización de la economía y la sostenibilidad planteadas en el plan de crecimiento verde, en el PNNV 2022-2030, en el Plan de desarrollo 2022 – 2026, solo por mencionar algunos y las de la agenda 2030, como lo demuestran las relaciones establecidas con los 17 ODS por cada uno de los líderes de los negocios verdes analizados, no solo por la respuesta a las emergencias ambientales desde su aporte particular a cuatro de los ODS de la esfera planeta (6, 12, 13 y 15); así como dos específicos de la esfera personas (4 y 5) y los cinco ODS de la esfera prosperidad (7, 8, 9, 10 y 11). Además, su experiencia puede servir como modelo para que otros negocios tradicionales evolucionen hacia esquemas más responsables, incorporando prácticas que reduzcan impactos ambientales, optimicen procesos y apliquen principios de responsabilidad extendida a lo largo de la cadena de valor y en la etapa de posconsumo, tal como lo promueve el PNNV.

En suma, los negocios verdes representan una vía estratégica para avanzar hacia una economía más

justa, resiliente y sostenible. Su consolidación no solo depende de la voluntad individual de sus líderes, sino también de la articulación de esfuerzos entre el sector público, privado, financiero y académico, en un ecosistema que reconozca y valore su aporte a la transformación productiva del país.

## Agradecimientos

Agradecimientos especiales a los empresarios que aportaron los datos para la realización al presente estudio: Edis Mauricio San Miguel, Coordinador del Proyecto de Café Majavita en la Seccional Socorro, Universidad Libre. Alfredo Antonio Pupo Gómez. Gerente general de Hotel Rural La Esperanza- Granja Avesgasuana. Michel Estefan, presidente y fundador de Ecotrek. María Alejandra Rodríguez & María Paula Triana Propietarias de Metamórfica Lab. Esteban Benavides, Gerente General Greenfuel Colombia. Edward Aristizábal director de FUNCENER. Amilcar Salgado gerente general FUNDASES. Alvaro Abril gerente de Bisvita. Wilman Díaz gerente de Café Don Marco Tulio. Wilson Perez, gerente, y a la Ingeniería Natalia Almanza de R. Savilla SAS. Ingeniero Andrés Guzmán y Andrés Chávez de AvoNatural. CEO Katherine Rico de Delicias de Calathea. Angélica Ochoa Gerente de Verde Pluma. Melissa Ibarra, Química farmacéutica y Gerente de Neocosmética Santo Remedio. A los empresarios Diana Alexandra Pulido y Gio Villamil de Ecomujeres y Kala Alvarez director de Collecta. Su dedicación, pasión y esfuerzo son ejemplos inspiradores que contribuyen al crecimiento y desarrollo de nuestras comunidades y mercados. ¡Gracias por su invaluable contribución!

## Referencias

- Congreso de Colombia. (2020). *Ley 2068 de 2020: Por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>
- Congreso de Colombia. (2020). *Ley 2069 de 2020: Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>
- Congreso de Colombia. (2021). *Ley 2111 de 2021: Por medio de la cual se sustituye el título XI “De los delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente” de la Ley 599 de 2000, se modifica la Ley 906 de 2004 y se dictan otras disposiciones*. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202111%20DEL%2029%20DE%20JULIO%20DE%202021.pdf>
- Congreso de Colombia. (2021). *Ley 2169 de 2021: Por medio de la cual se impulsa el desarrollo bajo en carbono del país mediante el establecimiento de metas y medidas mínimas en materia de carbono neutralidad y resiliencia climática y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 51.896. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_2169\\_2021.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2169_2021.html)
- Congreso de Colombia. (2022). *Ley 2234 de 2022: Por la cual se promueve la política de emprendimiento social*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=189388>
- Congreso de Colombia. (2023). *Ley 2294 de 2023: Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026. Potencia Mundial de la Vida*. [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/Ley\\_2294\\_del\\_19\\_de\\_mayo\\_de\\_2023.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/Ley_2294_del_19_de_mayo_de_2023.pdf)
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Política de crecimiento verde (Documento CONPES 3934)*. Consejo Nacional de Política Económica y Social. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>
- Global Environment Facility (GEF). (2024). *El Consejo del FMAM aprueba más de 700 millones de dólares para vastas necesidades ambientales*. <https://www.thegef.org/newsroom/press-releases/gef-council-approves-700m-vast-environmental-needs>
- Gudynas, E. (2004) *Economía, Ecología y Ética del Desarrollo Sostenible*. Centro Latino Americano de Ecología Social y D3E - Desarrollo, Ed. Montevideo: Coscorba Ediciones.

- Holguín, MT. Comp. (2023). Dimensión ambiental y sustentabilidad en las IES: los sistemas ambientales institucionales analizados adaptando el modelo ecológico de Bronfenbrenner. Universidad Libre. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/27646?locale-attribute=en>
- Labrador, E. (2021). *Metodologías: Estudio de Caso Múltiple*. <https://emil-lab.eu/estudio-de-caso-multiple>
- Minciencias. (2017). *Los negocios verdes impulsan el desarrollo de Colombia*. [https://minciencias.gov.co/sala\\_de\\_prensa/los-negocios-verdes-impulsan-el-desarrollo-colombia](https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/los-negocios-verdes-impulsan-el-desarrollo-colombia)
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2010). *Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible: Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva*. [https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/polit\\_nal\\_produccion\\_consumo\\_sostenible.pdf](https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/polit_nal_produccion_consumo_sostenible.pdf)
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible – MADS. (2012). *Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE)*. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/10/Poli%CC%81tica-Nacional-de-Gestio%CC%81n-Integral-de-la-Biodiver.pdf>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible – MADS. (2014). *Plan Nacional de Negocios Verdes*. [https://crautonomia.gov.co/documentos/negocio\\_verde/Plan\\_Nacional\\_de\\_Negocios\\_Verdes.pdf](https://crautonomia.gov.co/documentos/negocio_verde/Plan_Nacional_de_Negocios_Verdes.pdf)
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible – MADS. (2020). *Portafolio de negocios verdes*. <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/portafolio-de-negocios-verdes/>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible – MADS. (2022). *Plan Nacional de Negocios Verdes 2022–2030*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Biointropic y Corporación Biocomercio Sostenible. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/11/Actualizacion-Plan-Nacional-Negocios-verdes-2022-2030-VF2-2.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf)



Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2022). *Mi Negocio Verde*. <https://www.ilo.org/es/projects-and-partnerships/projects/mi-negocio-verde>

Ramírez, A. y Holguín, M. T. (2023). *Características, retos y oportunidades de los negocios verdes en Colombia, desde la experiencia de los emprendedores*. Universidad Libre.

Rus, E. (2020) Tipos de organizaciones. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-organizaciones.html>

Secretaría Distrital de Ambiente (SDA). (2023). *Ecodirectorio SDA*. <https://sites.google.com/ambientebogota.gov.co/ecodirectorioempresarial/negocios-verdes/alimentos?authuser=0>