

Sector 11 Introducción

Finanzas Verdes

Política sectorial del país

La **Política de Producción y Consumo Sostenible** fue formulada en el año 2002 y actualizada y revisada en 2010 y 2014, en con el fin de orientar el cambio de los patrones insostenibles de producción y consumo por parte de los diferentes actores de la sociedad nacional, para contribuir a reducir la contaminación, conservar los recursos, favorecer la integridad ambiental de los bienes y servicios y estimular el uso sostenible de la biodiversidad, como fuentes de la competitividad empresarial y de la calidad de vida. A su vez, dicha política responde a los compromisos adquiridos de manera voluntaria por el país en el marco del Proceso de Marrakech el cual es impulsado por la Organización de Naciones Unidas -ONU, para dar cumplimiento al capítulo III del Plan de Implementación de la Cumbre Mundial de Johannesburgo (2002). Este mismo proceso reafirma y busca avanzar más allá de la Agenda 21, que dio inicio a un proceso internacional orientado al estímulo de una producción más limpia, a partir de la Cumbre de la Tierra, organizada por la misma ONU en el año de 1992.

La **Política de Producción Más Limpia (PML)**, formulada en 1997, y el consumo sostenible son conceptos complementarios entre sí: por definición, uno conlleva e impulsa al otro. La oferta de productos más limpios impulsa el consumo más sostenible y la demanda de productos más sostenibles, impulsa la producción más limpia. En este sentido los negocios verdes hacen parte de los siete ejes estratégicos de la política, el cual tiene como objetivo promover el emprendimiento de negocios verdes (productos o servicios con calidades ambientales y/o aprovechamiento sostenible de la biodiversidad) y el fortalecimiento de los ya existentes. El impulso de negocios verdes contribuye a la transformación productiva y a la generación de empleo, así como al desarrollo de un sector con alto potencial. Las acciones instrumentales que orientan el desarrollo de esta estrategia son: (i) La ampliación de la capacidad de redes y programas de incubación y aceleración de emprendimientos verdes (p. ej. Observatorio Nacional de Biocomercio). (ii) El fortalecimiento de ferias, exposiciones y espacios de intercambio comercial de negocios verdes. (iii) La creación y articulación de fondos de inversión de capital semilla para negocios con alto potencial de éxito. (iv) El desarrollo de una plataforma de información pública sobre emprendimientos sostenibles (criterios, programas, portafolios, inversión y ventas). (v) La articulación de concursos de planes de negocios enfocados hacia el emprendimiento de negocios verdes.

La **Política Nacional para la Gestión Integral de las Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE)** busca promover la gestión integral para la conservación de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos que de ella se deriva. Los principales actores de esta política son el Estado, el sector privado y la sociedad civil, sin cuya alianza no es posible avanzar en esta política. Esta política se fortalece, por lo menos en su redacción con el ingreso de Colombia a la OCDE que conlleva una Declaración de Crecimiento Verde.

En concordancia con las políticas anteriores y con la declaración de crecimiento verde de la OCDE se expide el **Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV)** el cual tiene como objetivo definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, el fomento y la promoción tanto de la oferta como de la demanda de los Negocios Verdes y Sostenibles en el país, a través de la implementación de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional que conlleve al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural de Colombia.

Estrategias	Metas
ESTRATEGIA 1: Promover el nuevo sector de los mercados verdes dentro del sistema de producción colombiano, como una alternativa de desarrollo del país.	META 1: Fortalecimiento y ampliación de la oferta de productos verdes y su comercialización. META 2: Adecuación de la oferta existente hacia productos más verdes. META 3: Fortalecimiento de la participación de productos verdes en las exportaciones colombianas no tradicionales.
ESTRATEGIA 2: Sensibilizar a los consumidores y productores colombianos sobre estos nuevos mercados y sus ventajas.	META 1: Herramienta para sensibilización: Programa Nacional de Eco etiquetado (PEC) META 2: Campaña masiva de divulgación y concientización
ESTRATEGIA 3: Realizar la coordinación, articulación y fortalecimiento de las iniciativas existentes en el país sobre mercados verdes	META 1: Articular y fortalecer las acciones sobre mercados Verdes. META 2: Constituir un mecanismo promotor que coordine, articule y promueva las acciones sobre mercados verdes.
ESTRATEGIA 4: Impulsar herramientas financieras para apoyar productores verdes.	META 1: Establecer mecanismos facilitadores de acceso a recursos de capital.
ESTRATEGIA 5: Hacer investigación y crear un sistema de información en el área de mercados verdes y crear un sistema de información en el área de mercados verdes.	META 1: Articular un sistema de investigación y desarrollo tecnológico en productos promisorios de mercados verdes META 2: Creación de un Sistema de información confiable y permanentemente actualizado.

Fuente: Plan Nacional de Negocios verdes, 2014. Ministerio de Ambientes y Desarrollo Sostenible

Es en este plan dónde se define el esquema de organización, las entidades de soporte y sus responsabilidades en el ámbito nacional y regional. En el ámbito nacional la entidad de soporte es la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles ONVS y en el ámbito regional las Corporaciones Autónomas Regionales CAR serán las encargadas de liderar y articular a los diferentes actores locales en la implementación del Programa Regional de Negocios Verdes mediante las Ventanillas Regionales de Negocios Verdes.

Del Plan Nacional se derivan los **Programa Regionales de Negocios Verdes (PRNV)**, los cuales se configuran como hojas de ruta para promocionar desde los local estos mercados.

Ley 454 de agosto 4 de 1998, por la cual se determina el marco conceptual que regula la Economía Solidaria, la cual se define como un "...conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía". Este tipo de asociatividad tiene como finalidad contribuir al desarrollo económico, al fortalecimiento de la democracia, a la equitativa distribución de la propiedad y del ingreso y a la racionalización de todas las actividades económicas, en favor de la comunidad y en especial de las clases populares.

Instrumentos regulatorios

Resolución No.667 del 2016 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Establece los indicadores mínimos de obligatorio cumplimiento para las Autoridades Ambientales y que deben ser incluidos en su Plan de Desarrollo.

Decreto Ley 3570 de 2011, por el cual se modifican los objetivos y la estructura del MADS y se otorgan las funciones de la ONVS, entre las que se encuentran: Impulsar políticas, planes y programas que promueven investigación, desarrollo y la innovación entorno a productos de la biodiversidad.

Reglamento Colombiano de Construcción Sostenible, 2015. Reglamento presentado por el Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio, relacionado con el uso eficiente del agua y la energía en las renovaciones urbanas.

Indicadores sectoriales

En el país el avance es bajo en términos de medición del impacto del sector. Desde la política se proponen diferentes indicadores, pero todos de producto que incentivan la ejecución de acciones aisladas, pero no considera una verdadera transformación social o ambiental. El documento de política plantea que las metas concretas deben ser abordadas posterior a estudios que aún no se han desarrollado, aún están pendiente. Propone unas metas a nivel de enunciado:

Los indicadores propuestos en los diferentes instrumentos de política son:

1. Número de empresas participantes en programas de incubación y de aceleración
2. Valores (\$) colocados (o apalancados) para inversión en negocios verdes
3. Número de empresas enfocadas a negocio verde con inversión
4. Número de empresas participantes en ferias y espacios de intercambio comercial de negocios verdes
5. Valor (\$) de negocios establecidos en ferias y espacios de intercambio comercial de negocios verdes
6. Número de usuarios de la plataforma única sobre emprendimientos verde
7. Número de productos y servicios con identificación de sellos o certificados ambientales.

Según el documento de revisión de la PNMV en el año 2006 se tenían 37 productores inscritos en los convenios de comercialización, 507 productos codificados y unas ventas de 351.017 unidades con un valor de \$949.683.539 COP anuales. Entre el promedio mensual del año 2006 y 2007 se muestra que la **tendencia** tanto en unidades como en COP (\$) de las ventas fue **creciente** con incrementos del 33% y 28% respectivamente.

Cuellos de botella y problemas que se abordarán en el futuro

En el año 2010, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial elaboró un balance de lecciones aprendidas en producción y consumo sostenible, como base para elaborar la

Política de Producción y Consumo Sostenible, en dicho balance, el Ministerio destaca la generación de capacidades en Empresas, Autoridades Ambientales, Universidades y Organizaciones No Gubernamentales (ONG), Organizaciones Comunitarias y Centros de Consultoría e investigación. Otra lección aprendida es la elección estratégica sobre la decisión de sectores y actores donde enfatizar la política pues, según el Ministerio, es necesario reconocer que las Empresas más sólidas tienen mayor capacidad para reconocer los beneficios de este proceso.

Uno de los temas estratégicos en términos de política ambiental es aumentar las estrategias que incentiven el consumo sostenible, factor importante para movilizar el comercio local de productos y servicios verdes y otros aspectos de sostenibilidad; sin embargo, son escasas las acciones que se dan en el país en función de esto. Quizás es este proceso de cambio, sea lo prioritario llevarlo a la agenda del país y la sociedad, proceso que ha comenzado, pero va a bajo ritmo con poco respaldo concreto, aquí es importante vincular a los medios de comunicación y la academia que aún están aislados del proceso.

Esto está estrechamente ligado con una demanda incipiente en el país de este tipo de productos, lo que dificulta el proceso económico y la motivación para la creación de nuevos negocios. Ahora bien, la demanda interna es escasa, pero la externa tampoco es importante porque uno de los principales cuellos de botella es la falta de calificación de los bienes que permitan exportación. Las plataformas tanto tecnológicas como comerciales requieren de mucho desarrollo aún.

En términos generales es necesario avanzar del voluntariado y los incentivos tímidos a una asignación de responsabilidad y configuración de alianzas con metas y resultados claros, lo que aún no existe, o no se desarrolla de manera eficiente. Por ejemplo, se ha determinado que el 97% de las Autoridades Ambientales ha incluido en los Planes de Acción cuatrienal 2016-2019 la implementación del Programa Regional de Negocios Verdes, dando cumplimiento a las metas del Plan Nacional de Desarrollo. Si bien se ha logrado incorporar la implementación del plan en las metas de los planes de acción, este compromiso se debe materializar con la conformación de equipos de gestión y estructura de operación que den funcionamiento a las Ventanillas/Nodos de Negocios Verdes.

Un reto identificado es lograr la institucionalización del Plan Regional de Negocios Verdes PRNV al interior de las Autoridades Ambientales. Al respecto, los instrumentos de formalización, como es la emisión de una resolución para la conformación de la Ventanilla de Negocios Verdes, permiten la definición del procedimiento, presupuesto, lineamientos y directrices de operación del PNNV al interior de las Autoridad Ambiental, factor clave para poder llevar a cabo las actividades definidas en cada Entidad.

Son pocas las Autoridad Ambientales que cuentan con indicadores que permitan medir la contribución de los negocios verdes al desarrollo de la región y conservación de los recursos naturales.

Además de la Institucionalidad Estatal, es importante vincular al proceso, los sectores empresariales, solidarios y sociales y comunitarios; sin embargo, en el país aún es incipiente por el contexto de inestabilidad de la política y las normas, pues la ejecución de las políticas depende del Gobierno del cuatrienio, volviendo los proyectos asuntos de coyuntura. En la

actualidad, por ejemplo, el nuevo gobierno, ha mostrado interés en desear incentivos tributarios para empresas ambientales.