



**ESTRATEGIAS VERDES: BENEFICIOS, OPORTUNIDADES, COSTOS Y
RIESGOS EN LA IMPLEMENTACIÓN EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR
RETAIL EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

Elaborado por:

KAREN DAYANA OCHOA VELEZ

MICHAEL ALEXANDER VASCO RESTREPO

Asesor: JORGE ANIBAL RESTREPO

Administración Financiera

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2019

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. **Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria**

Trabajo de Grado. Ciclos Profesionales

**ESTRATEGIAS VERDES: BENEFICIOS, OPORTUNIDADES, COSTOS Y
RIESGOS EN LA IMPLEMENTACIÓN EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR
RETAIL EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

Karen Dayana Ochoa Vélez

Estudiante de décimo semestre del programa administración financiera

Karen.o.velez@gmail.com

Michael Alexander Vasco Restrepo

Estudiante de décimo semestre del programa administración financiera

Michael.vasco.r@gmail.com

Asesor: Jorge Aníbal Restrepo Morales, Docente, gifatdea@gmail.com

Recibido (10/12/2019)

Revisado (10/12/2019)

Aceptado (10/12/2019)

Resumen

Este trabajo analizó los beneficios, oportunidades, costos y riesgos de la implementación de estrategias verdes en las empresas del sector retail en la ciudad de Medellín, además se documentaron y se explicaron las acciones que toman dichas compañías para contribuir con el medio ambiente.

Se elaboró un estado del arte de cómo se aplican estas medidas en Colombia, se describieron los mecanismos de mitigación (productos y estrategias) que se implementa en el sector. Este trabajo fue realizado mediante una investigación cuantitativa, donde se clasificaron los beneficios, oportunidades, riesgos y costos, en la implementación de dichas estrategias, esto según la percepción de 10 empleados de estas superficies. Se logró por medio de entrevistas elaboradas mediante la escala de Likert y recurriendo a una matriz AHP, en la cual se clasificaron los criterios elegidos. Los resultados exhiben que el mayor beneficio percibido

es el aumento de rentabilidad, la mayor oportunidad es el incremento de nuevos clientes; el mayor costo se asocia con la financiación y el mayor riesgo subyace en la logística de la implementación de las estrategias verdes.

Palabras clave:

Empresas retail, Hipermercados, Grandes superficies, Estrategias, Finanzas verdes, Beneficios

Abstract

This document analyze the benefits, opportunities, costs and risks for the implementation of green strategies in the companies from the retail sector in the city of Medellin. In addition, all the actions that this companies took to contribute to the environment, where explained and documented.

An state of art was elaborated of how to apply this measures in Colombia. The mitigation mechanisms that are implemented in the sector, where explained also. Everything is done through a quantitative investigation, where the benefits, opportunities, risks and cost are filed in the implementation of the strategies before explained, everything according to 10 employees of the companies mentioned before.

We accomplished everything through interviews made with the scale Likert and the AHP model, in which the standards were chosen. Results demonstrates that the biggest benefit is an increase in the profit earning capacity, and the biggest opportunity is the increase of clients. As well, the cost and risks of the finances underlies on the logistic for the implementation of the green strategies.

Keywords: Retail companies. Strategies, Green Finance, Benefits.

1. Introducción

La literatura exhibe, los problemas ambientales entendidos como residuos generados a una mayor capacidad, a la que generalmente el planeta puede absorberlos (Tommasino, Foladori,

& Taks, 2001). Ha ocurrido a través de tiempos inmemorables, se han desbordado límites locales y se han tornado globales, pero cabe aclarar que el deterioro ambiental no es solo un problema actual, desde el imperio romano se vio reflejado este flagelo por las erupciones del suelo, en Mongolia, se prohibió la explotación de distintas especies de fauna y flora. Además en la edad media varios sucesos ocurrieron, uno de ellos la crisis pesquera. En Inglaterra durante esta época se prohibió la quema de carbón (Bordehore, 2014).

Durante la revolución industrial y las relaciones capitalistas la convivencia que día a día vive el ser humano con la naturaleza cambió, dando así comienzo a los grandes problemas contemporáneos. Como lo pueden ser el cambio climático, entendido como el cambio o transformación del clima de la tierra; Biodiversidad, cambios a nivel genético de una misma especie, su familia y género. (Tommasino, Foladori, & Taks, 2001)

En la actualidad el principal factor que afecta el medio ambiente y el cambio climático es el aumento global de la actividad económica, donde podemos nombrar como principal fuerza al comercio internacional, Con esto no se quiere decir que la globalización en su totalidad sea perjudicial al medio ambiente, si no que ambos medio ambiente y comercio deben estar entrelazados y buscar un equilibrio, con el fin de cumplir los objetivos, mediante políticas económicas y ambientales. (Programa de las Naciones Unidas, 2001)

Por ello la crisis medioambiental ha sido incluida en las agendas políticas de los líderes de las siete economías más poderosas (Toledo, 1992). En este sentido, los gobiernos emiten leyes para controlar y mitigar el impacto de los residuos que afecten el medio ambiente. Como alternativa, surgen las estrategias verdes, dando iniciativa para que las empresas, no sólo se preocupen por el medio ambiente asumiendo las operaciones de sus compañías de manera responsable con la creación de productos, servicios y proyectos que sean amigables con el medio ambiente, además, que den retornos económicos adecuados (Chamochín, 2017). Sino también que de forma paralela reduzcan costos y gastos, lo que produce excelentes resultados para aquellas empresas que participan de manera activa en estas iniciativas.

Algo semejante podemos encontrar en la economía ecológica, según Moran (2017) es la ciencia de la gestión de la sostenibilidad del modelo económico, que trata de definir el coste-beneficio, mirándolo desde un enfoque donde se debe empezar a valorar los bienes “libres” que integran el medio ambiente. Su principal objetivo es la naturaleza física de los bienes, la gestión de ellos, y la preocupación de tener en cuenta la escasez y renovabilidad que estos presentan (Naredo, 2011).

De acuerdo a PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) con la innovación en la aplicabilidad de la economía verde, se logrará renovar y mejorar la economía global, el empleo, reducir la pobreza y alcanzar la equidad. Con mejores, atractivas y superiores tasas a las que sería imposible aspirar con el modelo actual de economía. (Lander, 2011)

Igualmente, según Monteiro, Giuliani, Cavazos Arroyo, & Kassouf Pizzinatto (2015), el mercadeo verde también conocido como ecológica comercialización o eco-comercialización, donde, se pretende informar a las personas y además, capacitarlas con las bases de principios ecológicos sobre la gravedad y el cambio medio ambiental, que se ve inmerso en la comercialización y producción de estos productos los cuales principalmente son demandados por los consumidores, compañías y gobiernos.

El marketing ecológico identifica a las personas no como simples consumidores sino como usuarios preocupados por el bienestar del planeta, por ello, estos califican los productos ecológicos de manera muy positiva, ya que consideran que es de buena calidad, con precios competitivos, además, generan una mayor empatía con los productos y los recursos disponibles para adquisición. (Cañas, 2010)

Con el objetivo de motivar a que las empresas apliquen estrategias verdes, en Colombia se establecieron grandes beneficios y ayudas a las empresas como la reforma tributaria Ley 1819 de 2016 donde se establecen impuestos y beneficios tributarios verdes, tales como, descuento en inversiones de mejoramiento ambiental, exclusión de IVA para equipos y

maquinarias implementados en el mejoramiento ambiental. De ahí contribuyen a que el país cumpla la agenda ambiental global y garantice la calidad y protección del patrimonio natural. Un claro ejemplo de esto, es el impuesto al uso de las bolsas plásticas, esta medida es tomada como forma de mitigar el impacto que estas generan. (Portafolio, 2016)

Simultáneamente, castellano & Urdaneta (2015), en la actualidad existen varias razones para la aplicación de estrategias verdes por parte de las empresas:

- oportunidades o ventajas competitivas: atributos de los productos que generen mayor interés en el consumidor.
- responsabilidad social empresarial (RSE): responsabilidad de las empresas hacia su entorno, consumidores externos e internos.
- presión del gobierno: imposición de normas y leyes para cumplir con medidas ambientales.
- presión de la competencia: movimientos de la competencia en especial competidores internacionales los cuales exigen productos con certificados ambientales. (Cañas, 2010, pág. 125)

Cabe mencionar que este mecanismo no es de fácil implementación, según el Departamento nacional de planeación (2016), hay que tener en cuenta los costos de transacción, los recursos limitados de las empresas ya sea para la innovación o la inversión y la necesidad de las empresas de lograr un desarrollo acelerado mejorando su bienestar. Cabe anotar que cada empresa lo implementa de la manera en que mejor pueda lograr el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, el objetivo de los productos ecológicos o también conocidos como verdes, ecológicos, orgánicos o amigables con el medioambiente, es reducir el consumo de los recursos naturales, la contaminación y garantizar la supervivencia de las generaciones futuras.

Para la correcta aplicación y utilización de las estrategias verdes, es indispensable que el cliente comprenda las características que el producto presenta y porque es amigable, esto es

una premisa para que el cliente esté dispuesto a pagar un mayor valor por su adquisición (Cañas, 2010)

Puesto que Colombia es uno de los países con mayor diversidad y riqueza natural con el 10% en fauna y flora, 20% de especies de aves y con cerca de mil ríos (Sánchez Pérez, 2002). Por lo anterior en este trabajo se pretende analizar y documentar cómo las empresas de retail o de hiper consumo ubicadas en la ciudad de Medellín (Éxito, Flamingo, Homecenter, Alkomprar, Jumbo, Easy, Makro, Metro) aplican estrategias verdes a sus procesos productivos y cuáles serían las posibles estrategias que se pueden aplicar en un futuro.

2. Antecedentes del problema

Las estrategias verdes son comprendidas como la evolución de procesos comerciales y financieros llevados a métodos novedosos amigables con el ambiente, mediante prácticas sustentables aplicadas a las compañías; con el fin de reducir las emisiones de carbono, promover la eficiencia energética y evitar la pérdida de diversidad biológica (Santander, 2017).

De otro lado, las finanzas verdes no son más que la financiación para la mitigación y adaptación al cambio climático, mediante instrumentos financieros amigables con el ambiente (Diario Sustentable, 2018).

A nivel mundial existen instituciones financieras como el fondo verde del clima (GCF), Banco mundial, Banco interamericano de desarrollo, bancos comerciales, bancos verdes, fondos de pensión, fondos de capital privados (Diario Sustentable , 2018); políticas encargadas de desarrollar las normas y leyes relacionadas con el cuidado, igualmente, la protección del medio ambiente. La principal dentro de ellas es la ONU (organización de las naciones unidas) con el (programa de las naciones unidas para el medio ambiente) PNUMA, actúa como impulsor, educador y facilitador del uso racional y sostenible del medio ambiente.

(ONU, 2019). Su principal función es promover eventos internacionales en los que se tratan diferentes temas, como, transporte y manejo adecuado de los residuos peligrosos, deforestación, conservación de ecosistemas, salvaguarda de la capa de ozono, además, de la gran variedad de temas ambientales, para esto se creó el programa Eartwatch. (Ecu Red, 2019)

A partir de ahí, los países desarrollados apoyan mediante recursos financieros a los países en vía de desarrollo; para que estos logren suavizar y adaptarse a los impactos del cambio climático. (Diario Sustentable, 2018). En América Latina se aportan alrededor de 5,7 mmd anuales (Cárdenas, 2019)

Por esta razón, Colombia se encuentra incluida dentro de varios tratados internacionales para la protección del medio ambiente.

“Colombia ha hecho evidente ante la comunidad internacional su compromiso sobre el manejo seguro y sostenible de las sustancias químicas y de los desechos peligrosos a través de los resultados obtenidos en la COP 10, dentro de los cuales se destaca el nuevo marco estratégico y la iniciativa patrocinada por los países de Indonesia y Suiza (CLI) para mejorar la efectividad del Convenio.” (Cancillería de Colombia, 2019)

El protocolo verde con su objetivo de facilitar la reunión entre el Gobierno nacional y el sector financiero colombiano para la correcta ejecución de prácticas y políticas referentes al medio ambiente y la sostenibilidad ambiental. Las estrategias del sector financiero son:

- mejorar los productos y servicios destinados a financiar proyectos con beneficios ambientales
- Promover condiciones diferenciadas de financiamiento
- Incentivar a los clientes a mejorar sus prácticas buscando en su gran mayoría beneficios ambientales y sustentables
- La Banca de Desarrollo promoverá productos innovadores que ayuden a la Banca Comercial el logro de los objetivos de esta estrategia. (Asobancaria, 2017)

Las estrategias que lleva a cabo el Gobierno Colombiano para el correcto cumplimiento de estas estrategias son:

- Hacer públicos los beneficios tributarios que se general al momento de implementar estos métodos.
- Impulsar el acercamiento al sector empresarial
- general líneas de financiación verde (Franco, Arévalo, & Jacob, 2012)

Cabe aclarar que de no concientizarnos y no aplicar estas estrategias, no solo se está viendo afectado el medioambiente sino también la salud de la población humana debido a la existencia de Contaminantes orgánicos persistentes (COP) componentes químicos tóxicos resistentes a desaparecer y viajeros de larga distancia; (Catalunya, 2015).

A raíz de estos antecedentes el gobierno colombiano ha instaurado artículos y leyes en los que las empresas colombianas deben entrar en rigor, por lo cual también se les brindaran ciertos beneficios. Entre los cuales podemos nombrar mayor generación de ingresos, ampliar el segmento de mercado, disminución de costos de operación, permitir la creación de nuevos nichos de mercado, genera una mejor y reconocida imagen empresarial (Entrepreneur, 2019)

3. Revisión de literatura

3.1. Teorías soporte del tema de investigación

El tema es el análisis de los beneficios, oportunidades, costos y riesgos de la implementación de las estrategias verdes en las empresas de retail, explicadas a partir de teorías que comprendan el comportamiento humano y de las empresas frente al tema tratado. Las teorías mencionadas a continuación darán una breve definición de el por qué los actos del ser humano frente el medio ambiente, si estos actos son planificados y están en estrecha relación sociedad, y el ambiente en el cual se desenvuelven.

La Teoría del Comportamiento Razonado (TPB, por sus siglas en inglés) es un constructo teórico que busca explicar los factores motivacionales del individuo para ejecutar una determinada acción o conducta. Parte del supuesto de que el mejor predictor de una

determinada acción es la intención, la cual a su vez es consecuencia de la actitud hacia ese comportamiento y las percepciones sobre normas sociales con respecto a este. Es decir, un individuo toma decisiones dependiendo de lo que perciba como bien o mal de acuerdo con las normas establecidas por el grupo social en el cual se desarrolla (Montaña, D. Kasprzyk, D. 2015).

La TPB, utiliza 5 variables explicativas, a saber: comportamiento, intención, actitud, norma subjetiva y control del comportamiento percibido. El comportamiento planificado parte de 3 constructos o creencias: de comportamiento, normativa y creencia controlada.

La teoría del comportamiento planificado ha sido usada en diferentes investigaciones, se evidencia en el trabajo conciencia ambiental y conducta del consumo energético en el contexto laboral del centro financiero de Quito-Ecuador en el cual la teoría del comportamiento planificado fue usada como modelo fundamental en la realización de encuestas relacionando factores psicosociales, para el fomento de conductas ahorradoras. (Arévalo García & García Pazmiño, 2018)

Igualmente encontramos Predicción de la realización de prácticas ambientales, en trabajadores de una empresa de insumos químicos, a partir del modelo de la conducta planeada, en el cual tomando como base esta teoría, se realizó una predicción sobre el propósito de realizar acciones amigables con el ambiente por parte de los empleados. (Herrera Mendoz, Ramírez Ordoñez, De La Hoz Álvarez, & Acuña Rodríguez, 2018)

Por otro lado se encuentra diseño de un modelo para explicar conductas ecológicas mediante la “teoría del comportamiento planificado”: caso aplicado a estudiantes universitarios chilenos este estudio pretende dar a conocer cuáles son las actuaciones o comportamientos que ayudan a ser más respetuosos con el medio ambiente (Meza Sánchez, 2014).

Se evidencia en la investigación Arévalo García & García Pazmiño (2018) la conciencia ambiental y conducta del consumo energético en el contexto laboral del centro financiero de Quito-Ecuador, en el cual la teoría del comportamiento planificado fue usada como modelo

fundamental en la realización de encuestas relacionando factores psicosociales, para el fomento de conductas ahorradoras.

Artaraz (2002) la teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible establece que para la llegada al desarrollo sostenible y al crecimiento económico, se deben poner en práctica políticas y acciones que cuiden y respeten al medio ambiente. Esta teoría asevera que lo económico, ecológico y social está severamente relacionadas entre sí.

Dimensión económica la cual consideraban que los recursos naturales brindados por la tierra eran infinitos y renovables, lo cual después de la crisis económica de 1973 se puso en disyuntiva. Dimensión social basada en la deuda ecológica que poseen los habitantes de los países desarrollados sobre los países en vía de desarrollo a razón de que los precios que pagan los países desarrollados por el recurso no representan en lo más mínimo la cantidad de recurso natural y su extracción; Por otra parte se encuentra la dimensión ecológica en donde se expone que la ecología así mismo como la economía genere cierre de los ciclos, en conclusión, diseñar métodos y utilizar recursos que sean capaz de renovarse con facilidad.

Han sido varios los autores que en sus investigaciones en temas relacionados con estrategias verdes han implementado esta teoría como medio de explicación, en los cuales podemos nombrar a Mateu Igral (1995) la teoría del desarrollo sostenible y el objeto de la educación ambiental, en la cual la teoría anteriormente mencionada aporta argumentos y directrices para reflexionar acerca del desempeño de la educación ambiental.

Hay que mencionar además a Artaraz Miñón (2003) la cual abordo los problemas de degradación ambiental y el desgaste de los recursos naturales, a través de la teoría anteriormente planteada, en la cual se establece que no solo se debe considerar los aspectos medio ambientales, sino también los económicos y los sociales.

3.2. Revisión de la literatura

En los últimos años el medio ambiente y su cuidado ha estado en el foco de los mercados internacionales, debido a que la industrialización ha crecido en las grandes ciudades en busca de una mayor producción de riqueza, como consecuencia los recursos naturales se han limitado y deteriorado. Provocando que los gobiernos de los diferentes países opten por buscar medidas que rigen a las empresas a la hora de demostrar su responsabilidad con el medio ambiente, esto a su vez que no minimice la generación de riqueza y valor para sus accionistas, sino que, por lo contrario, genere más valor y mayores beneficios para las empresas y medio el ambiente. (Galindo, Cortez, & Rodríguez García, 2017)

A pesar de los esfuerzos para aliviar los problemas ambientales, los resultados son insuficientes, incluso tienden a ser agravados (Eltayeb & Zailani, 2009). Por eso desde las grandes compañías y las grandes potencias mundiales principalmente Estados Unidos, Francia, Italia, Alemania e Inglaterra, apuntan a que se tome gran conciencia ambiental, a través de la emisión de leyes y regulaciones para ayudar a afrontar este gran problema. Estos países han modificado las leyes para ayudar con la disminución de emisiones gases de efecto invernadero.

Se pueden identificar iniciativas globales, como la convención para el cambio climático el cual tiene como objeto establecer la concentración de gases de efecto invernadero en la atmósfera; Convención de Viena para la protección de la capa de ozono tratado que ha logrado mayor desarrollo mundial creado para la protección y cuidado de la capa de ozono, Colombia firmó este tratado en el año 1992 (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2019)

La agenda 2030 la cual está basada en la sostenibilidad del medio ambiente, propone objetivos de desarrollo sostenible y metas fundamentales con respecto a la reducción de los daños al ambiente, el papel de los recursos naturales y los servicios ecosistémicos, para el desarrollo humano, las oportunidades económicas, la resiliencia social y ecológica. Con el fin de cumplir con la agenda, Colombia cuenta con 32 metas enfocadas en Negocios verdes

y sostenibles por lo cual se pretende que se pase de 90 negocios verdes verificados en el 2015 a 12.630 en el 2030 (Programa de Naciones Unidas, 2015)

El acuerdo de París, en el que Colombia participa, dicta directrices para la implementación y cumplimiento de mejoras ambientales, el país está de acuerdo con los entes internacionales de llevar a cabo medidas proteccionistas para los páramos, yendo a la par con el Plan nacional de Adaptación y Política Nacional de cambio climático. (Arbeláez, Vallejo López, Higgins, & Escobar, 2016)

Así mismo cabe mencionar el convenio de Basilea, por el cual se tiene en cuenta los desechos y su peligro para la salud humana y el medio ambiente, además, de su disposición y eliminación, tanto en exportación como en la importación de estos (Ley 253, 1996)

De ahí que se tengan programas de pos consumo de residuos, con el objetivo de que sean tratados de forma diferencial a los residuos menos peligrosos para el ambiente. Por ellos el ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible dictaminó regulación para los sectores de plaguicidas, medicamentos, baterías, pilas, llantas, bombillas y computadores; esto se pretende lograr mediante convenios, alianzas y acuerdos tanto con los fabricantes como con los comercializadores. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2019)

El convenio de Estocolmo sobre COP del cual Colombia hace parte desde el 22 de octubre del 2008, con su intención de tomar medidas para eliminar y reducir la producción, uso, importación, exportación y mal manejo de los contaminantes.

Hay que mencionar, que en vista de lo mencionado anteriormente, Colombia tiene su propia legislación, que se remonta desde los años 50 (Alfonso Ávila, 2014), regida por decretos, resoluciones, estatutos, convenios, leyes y normas en las cuales se evidencian herramientas jurídicas para la protección, cuidado y manejo del medio ambiente (Red por la Justicia Ambiental en Colombia, 2018) dentro de estas podemos encontrar.

Sobre la utilización directa o indirecta de la atmósfera, el agua y del suelo para introducir o arrojar desechos o desperdicios agrícolas, mineros, o industriales, aguas negras, o servidas de cualquier origen, humos, vapores y sustancias nocivas que sean el resultado de actividades antrópicas o propiciadas por el hombre, o actividades económicas o de servicio, sean o no lucrativas (Artículo 42, Ley 99 de 1993)

Colombia, es un país que posee gran biodiversidad, los resultados del cambio climático se ven de manera evidente y común, como lo son cambios de temperatura, sequías, fuertes lluvias, entre otros efectos climáticos, se evidencia constantemente en ciudades, pueblos y municipios del país; Esto conlleva a que el gobierno y sectores del país se comprometan con el medio ambiente. (Arbeláez, Vallejo López, Higgins, & Escobar, 2016)

Las empresas y los gobiernos se ven muy interesados, llevando a cabo medidas para mitigar el impacto en el medio ambiente, además de llevar procesos que disminuyan el deterioro. Por ello algunos autores afirman que los avances ambientales generan resultados positivos. (Emiel, 1995)

De acuerdo a lo anterior, las empresas del sector retail o también conocidos hipermercados, clasificadas dentro del código CIIU5211, identificadas como lugares especializados en la comercialización de productos como: Alimentos, tecnología, vestuario y hogar; donde, el cliente tiene la oportunidad de adquirir todos los productos necesarios para su día a día y que satisfagan sus necesidades en un solo lugar, brindando la oportunidad de ahorrar tiempo, dinero, entre otras. (Castillo, 2013)

En sus campañas de sostenibilidad ambiental, han ideado la manera de contribuir al medio ambiente, creando consigo estrategias en las que se debe tener en cuenta que estas implican: Beneficios, Riesgos, Costos y Oportunidades para la empresa. A raíz de estas se pretenden aplicar alternativas que contribuyan al cumplimiento de estas estrategias.



Elaboración propia, Extraído de la literatura (Castro de Doens, 2016) (González Rodríguez, 2011) (Lottici, Galperín, & Hoppstock, 2013) (Ponce, 2016) (Echeverri Cañas L. M., 2012)

Conviene subrayar Las estrategias y alternativas planteadas con antelación en las cuales se pueden encontrar

- Post Consumo: El post consumo es un mecanismo ambiental a largo plazo, en los que están implicados los hogares, instituciones, comercio; orientado a los residuos de

consumo masivo generados. Para que estos sean manejados adecuadamente, promoviendo su recuperación y/o reciclaje. (SIAC, 2019)

- Bolsas Ecológicas: Son bolsas hechas principalmente para las compras, las cuales debido a su diversificación han tenido diferentes métodos de usos, estas sustituyen a las tradicionales bolsas de plástico, ya que ayudan a preservar el medio ambiente.
- Gestión integral de residuos: Se encarga de clasificar los residuos materiales y líquidos productos de las materias primas y los desechos humanos. (EcuRed, 2019) Actualmente en Colombia, se producen alrededor de 11.6 millones de toneladas de basura en un año y solo el 17% de esta cantidad es reciclada, además, cerca del 4% de los residuos no son dispuestos en zonas autorizadas. (Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, 2018)

Con la intención de darle mayor protección al medio ambiente y sus cuidados, los dueños de empresas ven de manera muy positiva la aplicabilidad de estas políticas y estrategias ambientales. Sin embargo las leyes y los procedimientos aún son mínimos (Peter & Krishna, 2012).

Ellos establecen que el principal objetivo son productos y servicios que sean amigables con el medio ambiente o que provengan de los recursos naturales. (El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, citado por Cañas, 2019,)

Diferentes autores soportan esta investigación; El trabajo de Palacios, Vargas, & Aguilar (2018), hace una interesante revisión de la bibliografía de los efectos de la implementación de los impuestos verdes en Colombia y su contribución al desarrollo sostenible ambiental; allí se evidenció la actual importancia en el mundo de cuidar el medio ambiente, analizar efectos que conlleva a las comunidades el asumir los costos por las externalidades que ocasionan los agentes contaminantes. Se trata de una investigación exploratoria, donde, la principal fuente utilizada fue la reforma tributaria de 1819 de 2016 e informes y documentos sobre la importancia de los impuestos verdes a nivel nacional e internacional. Este estudio demostró que Colombia ha avanzado en la tarea de posicionarse como un país comprometido con el medio ambiente como claro ejemplo se puede decir que Colombia avanzó más al

reducir y exceptuar de impuesto a las industrias encargadas de generar productos y/o servicios importantes para el desarrollo de una sociedad pero que no generan daños al medio ambiente, el objetivo de esta es presionar a las empresas para que busquen tecnologías que den buenos resultados y que también contribuyan con el ambiente.

Por otra parte Leguizamón (2018), realizó el trabajo “tributación para la sostenibilidad medioambiental, un paralelo entre Colombia (ley 1819 de 2016) y dos países de América latina pertenecientes a la OCDE” se trata de una investigación que pretende dejar en evidencia las similitudes, falencias, posición en que se encuentra Colombia frente a la implementación de los impuestos al consumo de bolsas de plástico y al carbón, si Colombia está haciendo un buen papel. Esto con el objetivo de medir el impacto que generó la implantación de tributos en Colombia, lo que dio la necesidad de establecer un paralelo entre países con experiencia en el tema tributario de este sector. Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó una metodología netamente cualitativa- descriptiva por este motivo se tomó como referencia el método de investigación de la Universidad Mesoamericana (GEIUMA) que describe cuales son los temas más importantes para ser analizados en el estudio. El estudio concluyó en que la problemática medio ambiental no es algo que solo se presente en Colombia, sino que es de todos los seres humanos del mundo. A pesar de esto Colombia tiene la posibilidad de ser una buena catapulta para la implementación de impuestos verdes, pero debe tener mejor estructuración.

Así mismo Zaride & Avila (2014) trató el tema refiriéndose a las principales normas ambientales colombianas se trata de un proyecto que tiene como principal objetivo exponer la legislación colombiana en temas ambientales ya que esta es demasiado extensa pero poco conocida en general en contextos académicos. Este proyecto está basado en una cartilla que brinda herramientas para comprender la normatividad ambiental en Colombia; esta abarca desde la historia hasta la legislación de hoy día.

Ramírez Hernández & Antero Arango (2013) realizaron una investigación que tiene como principal objetivo evaluar las leyes ambientales colombianas y si estas leyes están de acuerdo con las convenciones mundiales de medio ambiente y sostenibilidad; realizado mediante

lectura de libros, artículos, memorias de eventos y leyes; mediante las cuales se pudo concluir que las leyes ambientales colombianas son un conjunto de leyes producidas por lineamientos mundiales en los cuales podemos mencionar la participación de Colombia en la cumbre de río 92, la creación del ministerio de medio ambiente, la política de producción más limpia también se mencionan aquellas empresas que implementan re manufactura en Colombia. También se pudo concluir que Colombia es un país en total capacidad de aplicar lineamientos mundiales en materia medio ambiental.

Con base en el estudio, “las reformas fiscales Verdes y la Hipótesis del Doble Dividendo: Un ejercicio aplicado a la economía colombiana” realizado por (Jabba Sanchez, 2011). Este trabajo se realizó con el objetivo de proponer reformas fiscales verdes, mediante la evaluación del cumplimiento del doble dividendo, para de esta manera mejorar la distribución de los recursos fiscales, logrando con esto aumentar el bienestar social sin que ello implique un deterioro en los indicadores ambientales. Se hace énfasis en la eficacia de la autoridad ambiental en cuanto a la ejecución de los recursos destinados para inversiones ambientales. En la investigación se usó un modelo de equilibrio general dinámico y estocástico adaptado al caso colombiano de tasas retributivas y aportes parafiscales, los parámetros utilizados fueron tomados de la literatura existente, la legislación vigente que habla respecto al tema y mediante el modelo PATACON (Policy Analysis Toolkit Applied for Colombian Needs) del departamento de Modelos Macroeconómicos del Banco de la República. Gracias a estos modelos la investigación pudo concluir que la autoridad ambiental colombiana no ha mostrado eficiencia en cuanto a la utilización de los recursos ambientales, por lo cual se recomendó implementar reformas fiscales verdes, que sean mejores desde el punto de vista social. Dicha reforma se puede realizar mediante la reasignación de los ingresos de las CAR (Corporación Autónoma Regional) derivados del impuesto predial.

Arroyave (2015) por su parte en el estudio “Tendencias de producción y consumo ecológico en Antioquia” que busca demostrar o caracterizar los perfiles ecológicos y tendencias de los consumidores mediante técnicas cualitativas, cuantitativas y documentales, los datos se obtuvieron a través de encuestas online y expertos en temas ecológicos y ambientales los

cuales señalaron como factores relevantes del mercado ecológico: la política, la economía, factores de mercado ecológico, tecnología.

De la misma manera, “Acciones y prácticas de mercadeo verde en empresas colombianas casos de estudio por Cañas (2019) expone una conceptualización del mercadeo ecológico a través de casos de estudio en los cuales se puedan elaborar un análisis acerca de las percepciones relacionadas al tema.

4. Materiales y métodos

La metodología implementada en el presente trabajo se puede ubicar dentro de una investigación cuantitativa, explicativa y descriptiva. Se realizó en las empresas del sector retail más representativas del mercado en la ciudad de Medellín (Éxito, Flamingo, Homecenter, Alkomprar, Jumbo, Easy, Makro, Metro, Fabricas Unidas, Jamar), Se acudió a un grupo de 10 expertos que actualmente laboran en el sector retail, los cuales desempeñan cargos administrativos y además cuentan con fácil acceso a la información.

Por la cual se pretenden dar a conocer las percepciones de estos expertos sobre los beneficios, oportunidades, costos y riesgos de implementar estrategias verdes, además, cuáles son los principales métodos de mitigación usados dentro de estos sectores de la economía. La investigación cuantitativa será dada por etapas desde los precedentes hasta llegar a las estrategias desarrolladas por las empresas de ahí que sea cuantitativa. Pues este método dicta las instrucciones para formular y comprobar la hipótesis, lográndolo desde la experimentación. (Mousalli-Kayat, 2015).

El objetivo de dicha investigación está dada hacia las estrategias verdes, documentado su modelo y explicando las acciones tomadas por las empresas; para esto se ha tenido en cuenta fuentes primarias como lo son, protocolos, acuerdos, entre otros, artículos, leyes, entre otras fuentes, además de fuentes secundarias como lo son trabajos de grados, investigaciones internacionales, hay que mencionar además, que como criterio de búsqueda de documentos

se emplearon las palabras claves, así por ejemplo medio ambiente, ecología, crisis ambiental, finanzas verdes entre otras

En el proceso de trabajo de campo, se realizó entrevistas a los expertos mediante la escala de Likert, que permitió medir la percepción de los expertos y priorizar los factores que tienen las empresas con el medio ambiente. La escala de Likert según Matas (2016), es un instrumento psicométrico que pretende medir las opiniones y actitudes de las personas a través de una escala de alternativas en las que se encuentran de acuerdo o desacuerdo. Se tabularon las entrevistas en Excel y se procedió a procesarlas mediante la metodología AHP (Analytic Hierarchy Process) método por el cual se evalúan diferentes criterios para lograr la jerarquización del proceso el cual se quiere verificar, de esta manera facilitar las tomas de decisiones (Saaty, 1980)

Por ello Se necesita tres elementos principales

- Lista de alternativas que deseo comprar o priorizar.
- Conjunto de criterios cualitativos y/o cuantitativos Mercados internacionales, financiación, distribución, nuevos clientes, tributación, entre otros.
- Objetivo que revele el propósito y el alcance de la priorización

Después de tener claro estos elementos se procede a priorizar los criterios:

Se priorizan los criterios por pares ya sea para señalar una prioridad o preferencia, para la comparación se usa la escala de comparación de Saaty. La cual se pueden encontrar respuestas como igualmente importante, muchos más importante entre otras. Ejm

	Mercados Internacion	Nuevos Clientes	Innovadores	W	Rank
Mercados Internacionales	1	3	5	0,6436	1
Nuevos Clientes	1/3	1	2 1/3	0,2401	2
Innovadores	1/5	3/7	1	0,1163	3
	1,53	4,43	8,30		
	λ_{max}	3,01			
	CR	0,011			

La consistencia de las matrices se mide con el siguiente indicador

$$C.C. = \frac{\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}}{IA}$$

Donde

C.C.=cociente de consistencia

λ_{max} = es el máximo valor propio de la matriz de comparación. Se calcula multiplicando cada elemento del vector de prioridad por su correspondiente suma de columna en la matriz de comparación y sumando los términos.

n= número de elementos a comparar

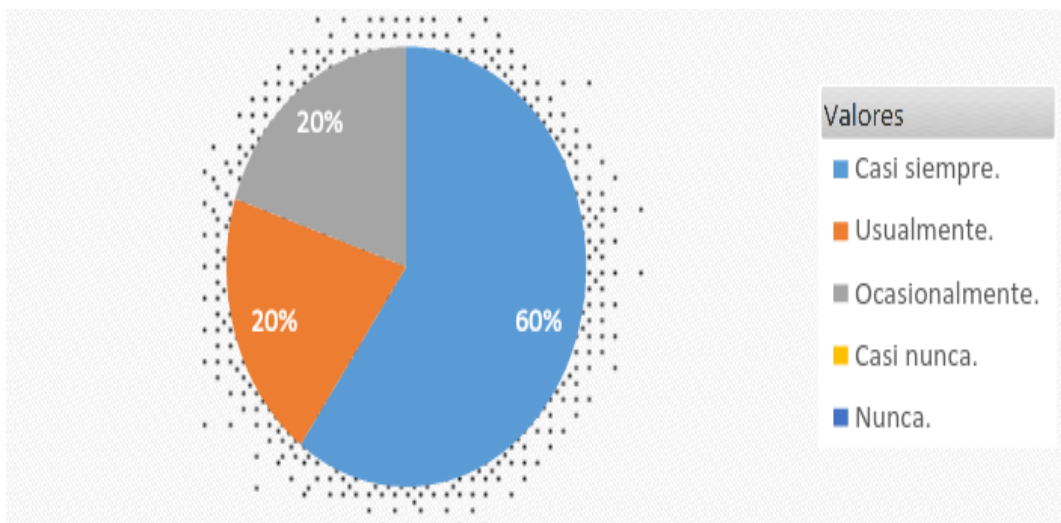
IA= es el índice aleatorio, el cual tiene un valor asociado a cada valor de “n”. (Vidal H., y otros, 2015)

El cual arroja la ponderación global de los beneficios, costos, riesgos y oportunidades y la jerarquización de cada uno de los criterios.

5. Análisis y discusión de resultados

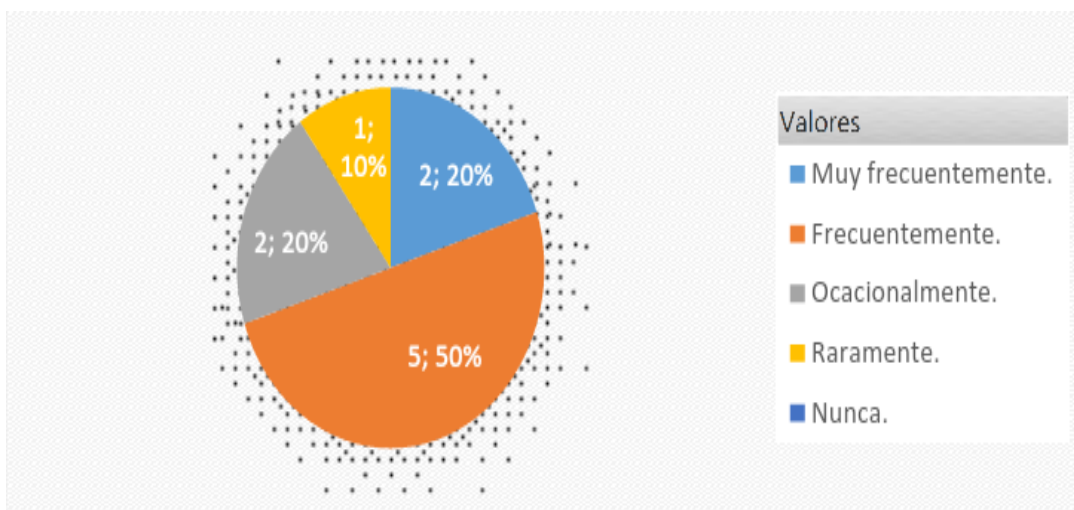
5.1 Resultados

A continuación, después de aplicar la metodología AHP dirigida a los empleados poseedores de información de procesos que incluyan cuidados al medio ambiente, se realizó el análisis a cada una de las respuestas, teniendo como base de comparación la información plasmada en el marco teórico. En las siguientes graficas se presentan los resultados obtenidos para dar respuesta a los objetivos de la investigación los cuales, están direccionados a determinar las acciones que las empresas del sector toman para contribuir al medio ambiente e identificar las estrategias que cada de una de ellas aplican.

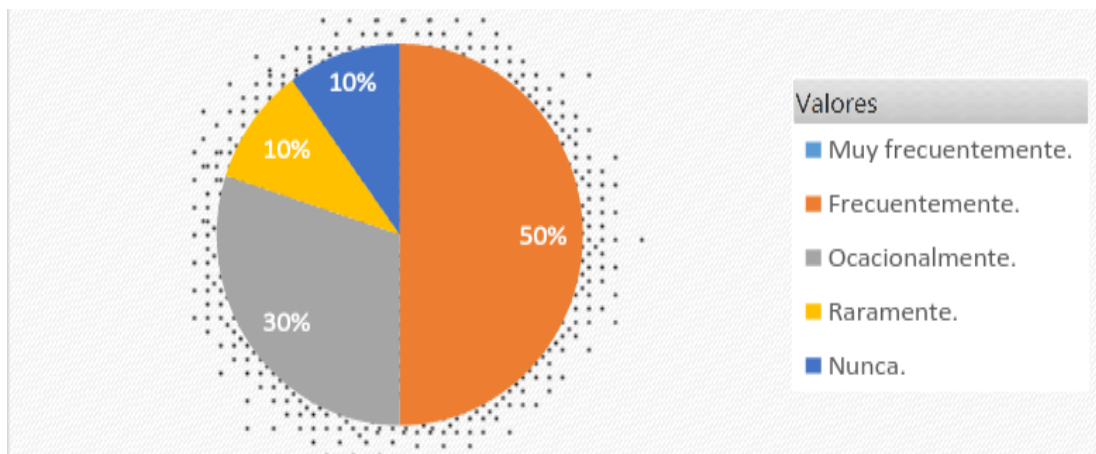


Gráfica 1. Importancia.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

En la gráfica 1 que hace referencia al medio ambiente considerando la importancia dentro del proceso estratégico, se obtuvo que casi siempre se tiene en cuenta dentro de la visión estratégica este campo como de vital importancia en el desarrollo de los objetivos de la empresa.

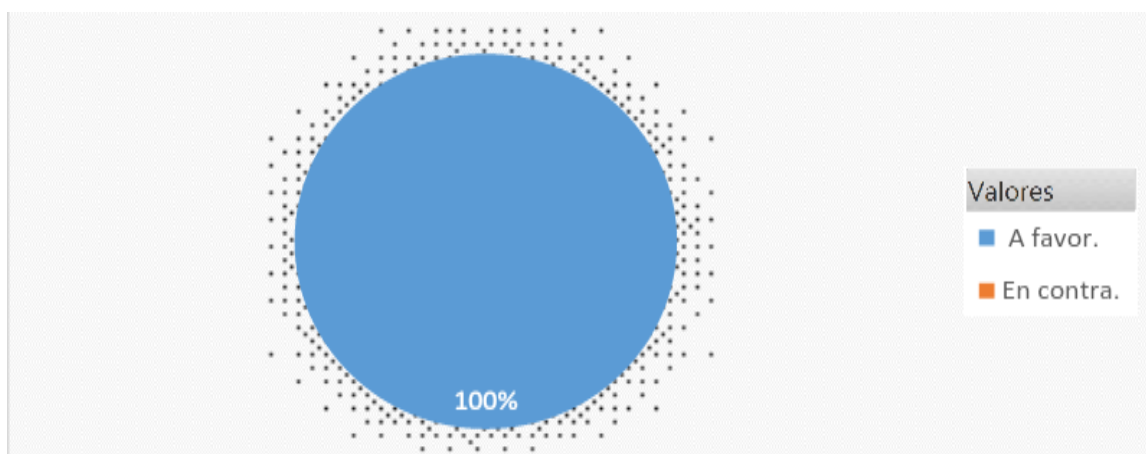


Gráfica 2. Desarrollo estrategias verdes.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas



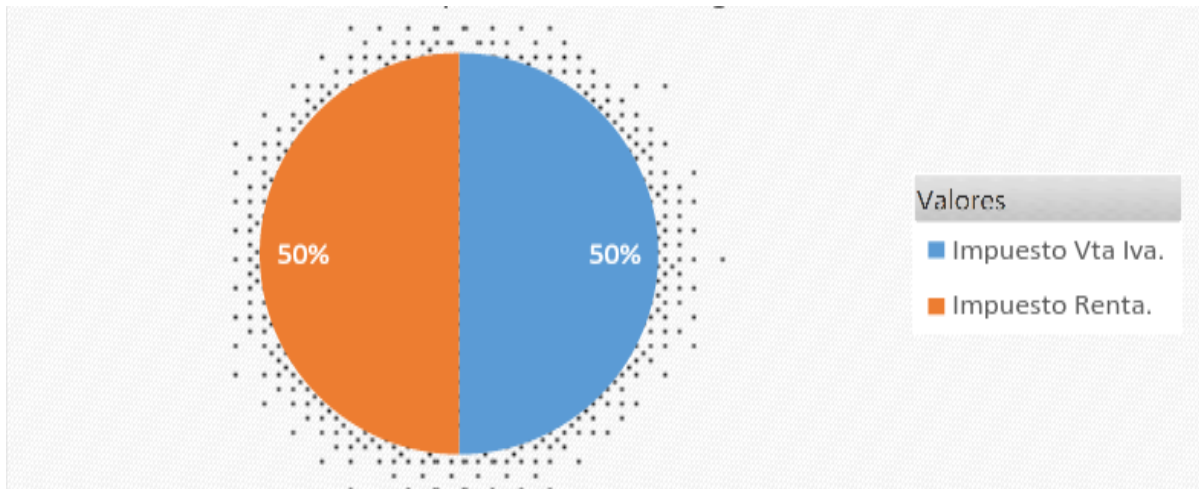
*Gráfica 3. Capacitación Empleados.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*

Se puede observar en el gráfico 2, que en los últimos dos años el 50% de las empresas encuestadas, frecuentemente han desarrollado estrategias que repercuten positivamente en el medio ambiente, mientras que solo el 10% de la población encuestada, equivalente a 1 empresa, su respuesta fue raramente. Lo que supone que la mayoría de la población posee conocimiento o idea de los diferentes beneficios que estas estrategias consigo pueden traer, tanto al medio ambiente como a su propia empresa. Además en la gráfico 3 se logra evidenciar que las empresas frecuentemente incluyen, tanto a sus colaboradores internos como externos, en los procesos mediante los cuales se les brinda capacitaciones e información acerca de los cuidados ambientales.

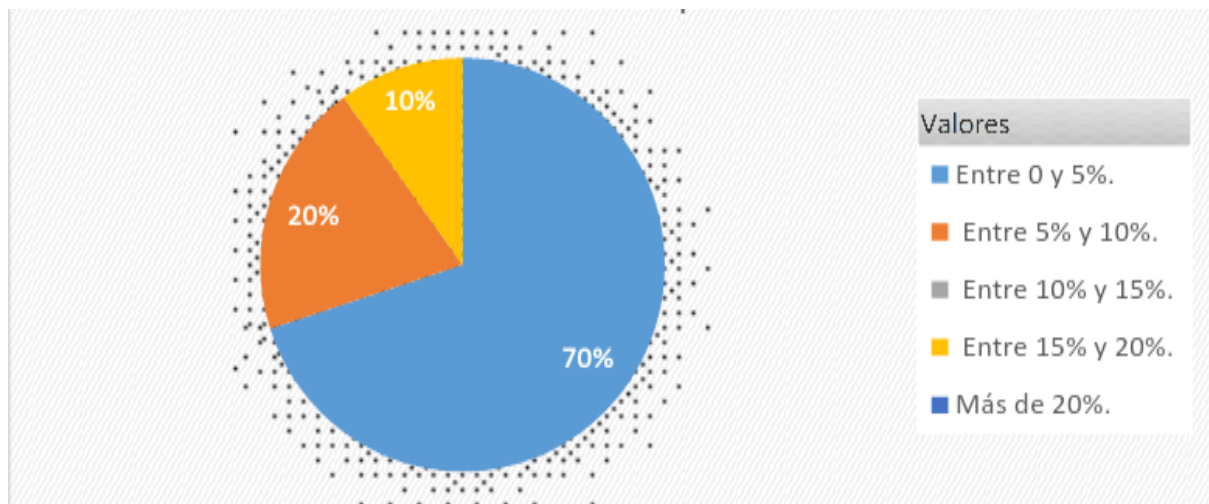


*Gráfica 4. Políticas.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*

Por lo mencionado anteriormente todos los resultados obtenidos en la gráfica 4 en la cual el 100% de los encuestados está a favor de las políticas ambientales comprendidas como normas, principios y criterios que tiene como objetivo el cuidado del medio ambiente y se ponen en marcha mediante estrategias o instrumentos. Estas políticas están orientadas a procesos y tecnologías que den mejores y mayores beneficios. (Rodríguez Becerra, 2019)



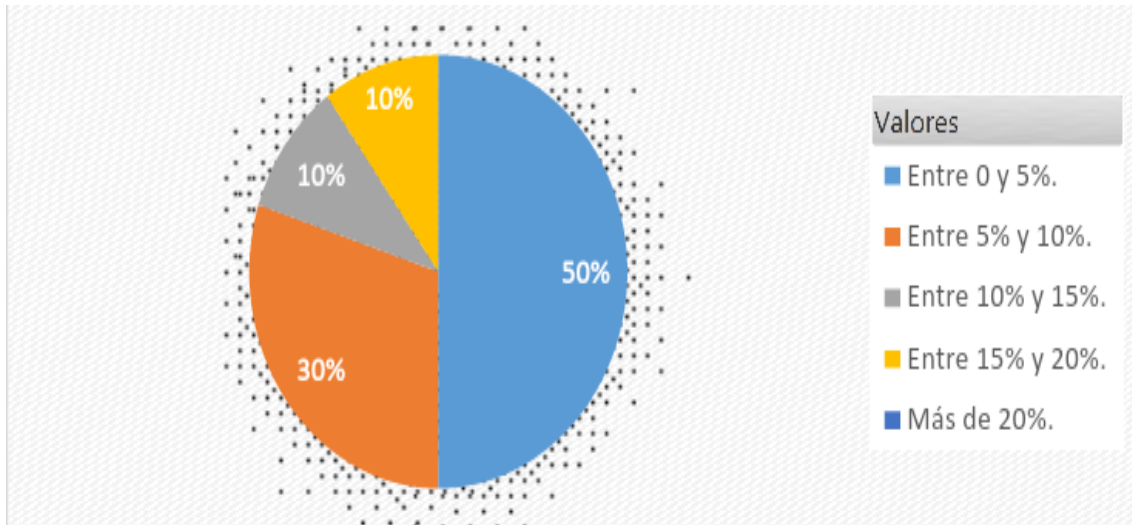
Gráfica 5. Beneficios Fiscales.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas



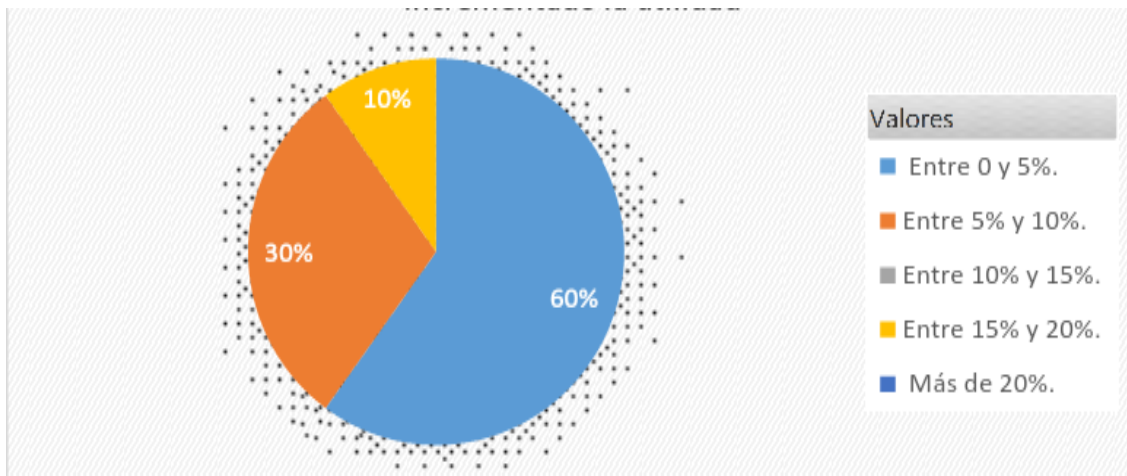
Gráfica 6. Disminución impuestos.
Elaboración propia, Fuente: Encuestas

En el Grafico 5 por el cual las empresas identifican si han tenido algún tipo de beneficios fiscales, se puede observar que todas las empresas han tenido algún beneficio ya sea impuesto a las ventas IVA o impuestos de renta. Según (Área Metropolitana del valle de Aburra, 2019).

Los beneficios tributarios pueden ser para las empresas equivalentes a un ahorro en dinero, pues por ello de 10 empresas entrevistadas, las mismas 10 han obtenido algunos beneficios ya sea de reconocimiento o de otra índole. De acuerdo a la gráfica 5 se puede confirmar lo dicho en la gráfica 6; ya que el 70% de las empresas dicen haber tenido una disminución entre 0 y 5 % de los impuestos.



Grafica 7. Incremento de Ventas.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

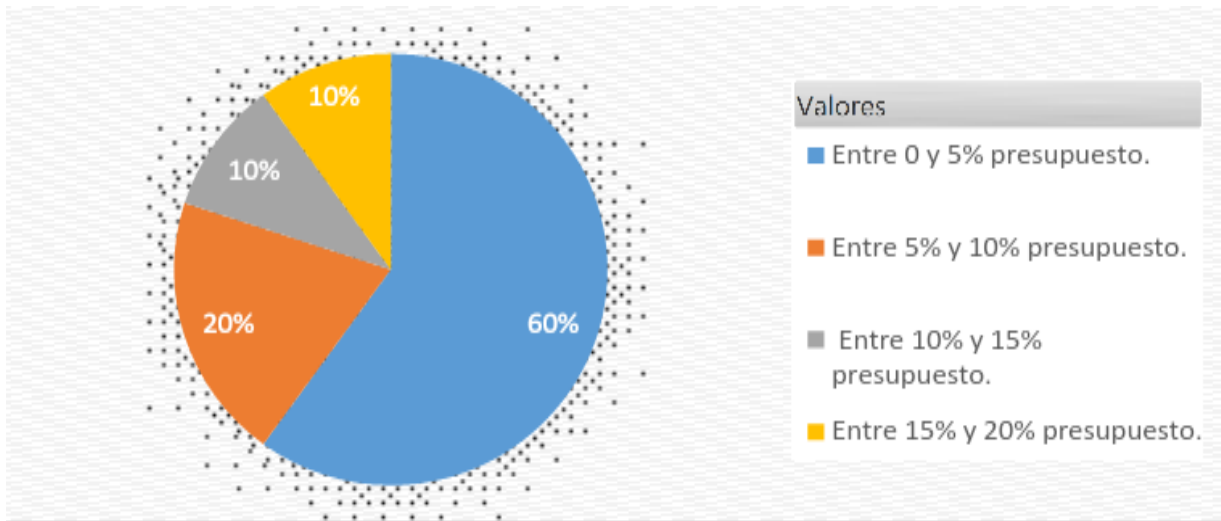


Grafica 8. Incremento de Utilidad.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

Según la gráfica 7 y 8, se considera que la implementación de estrategias que han tenido las empresas en el ámbito ambiental, ha hecho que las ventas tengan un incremento; de las empresas encuestadas indican que el aumento ha sido entre 0% y 5% lo que no representa

mucho debido a que según (Palacios & Chamorro Mera, 2002) los individuos consideran que, comprar productos ecológicos o ahorrar agua ayuda al medio ambiente, también consideran que no es suficiente para preservarlo y/o solucionar el problema.

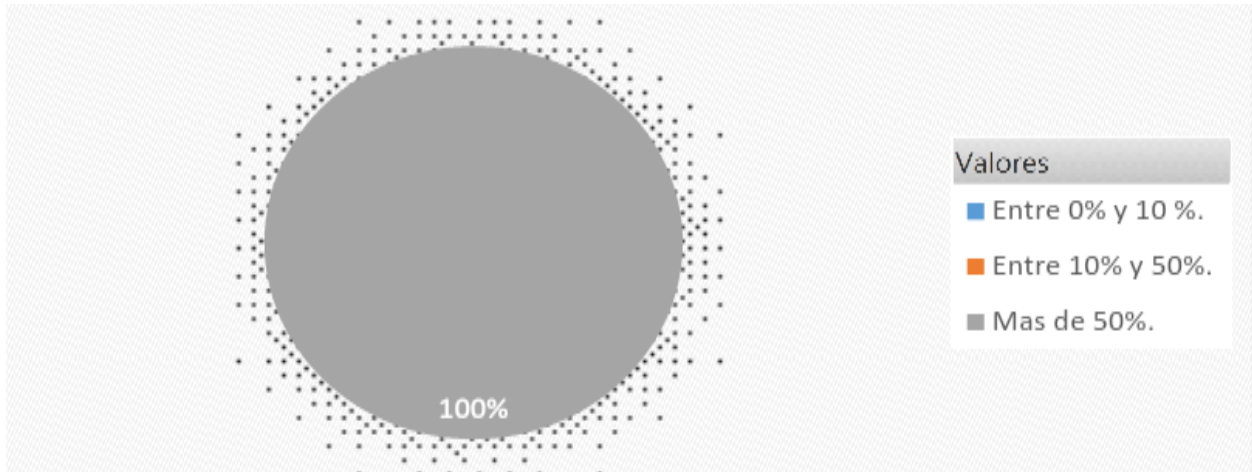
Por ello al incrementar las ventas, así mismo, se produjo un incremento de las utilidades de las empresas, lo que se ve reflejado en el grafico 8, ya que ciertos productos reconocidos como ecológicos tiene un mayor precio.



*Grafica 9. Inversión.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*

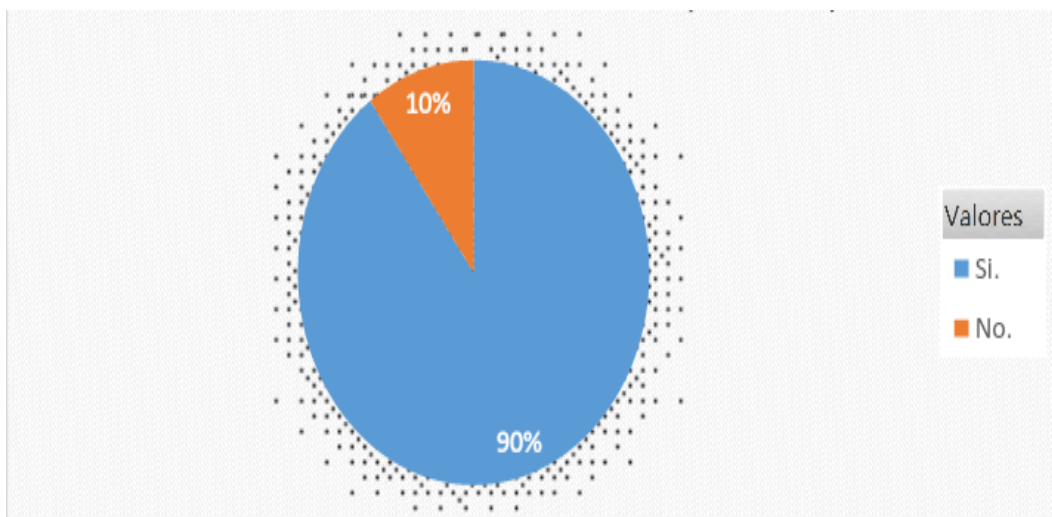
En la gráfica 9 podemos observar que las empresas expresaron que invierten entre un 0 y 5% del presupuesto total, lo que en consideración no representa gran cantidad, puesto que según (Campo Rico, 2009) la implementación de estrategias que mitiguen el cambio climático requieren tener en cuenta los costos internos y externos totales de cada una de las estrategias y los beneficios que pueden traer, así mismo hay que decir que medir estos costos para las empresas es complicado visto que la mayoría de los beneficios son intangibles y a largo plazo.

Otra gran dificultad, en las empresas, las personas encargadas de llevar a cabo la contabilidad no tiene la capacidad de contabilizar los beneficios ambientales por consiguiente este siempre será asumido como un gasto o una pérdida más para la compañía.

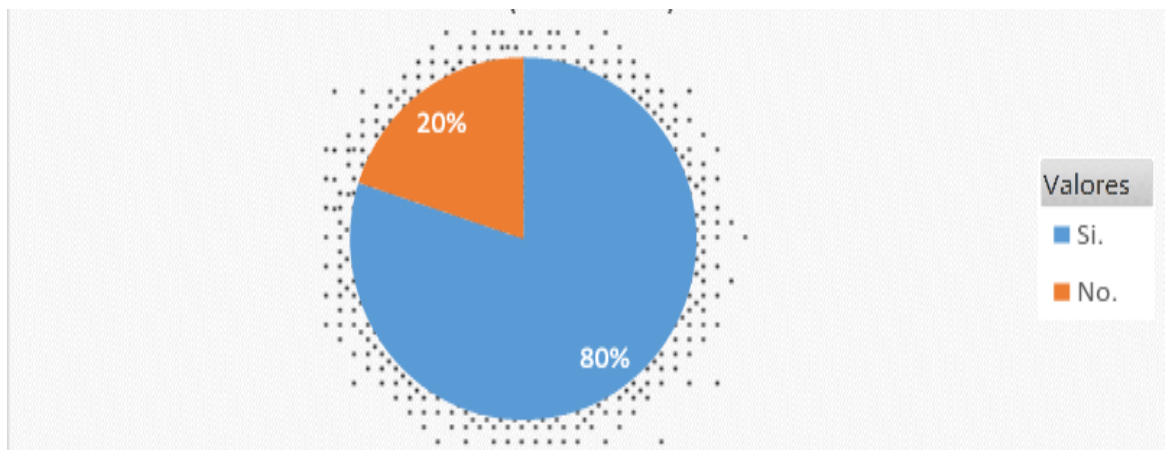


*Gráfica 10. Implementación de Bombillas.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*

La gráfica 10 Indica como las empresas del sector retail implementan las estrategias y políticas, estas van desde los productos comercializados, la clasificación de los productos y el uso de bombillas ahorradoras; se logra evidenciar que hoy en día todos los almacenes del sector invierten en las bombillas tipo led en mayor o menor proporción ubicándose en el mayor de los casos con el 50% o más, de sus instalaciones con este tipo de iluminación, esto debido, a que los almacenes de cadena permanecen gran parte del día abiertos, por ello las bombillas están encendidas todo el tiempo y el consumo de energía es mucho mayor.



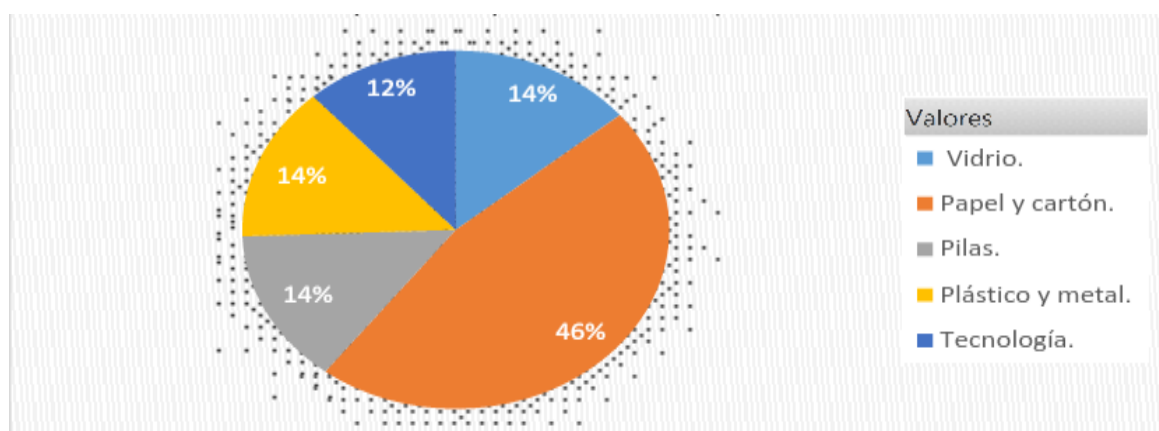
*Gráfica 11. Contribución de los Proveedores.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*



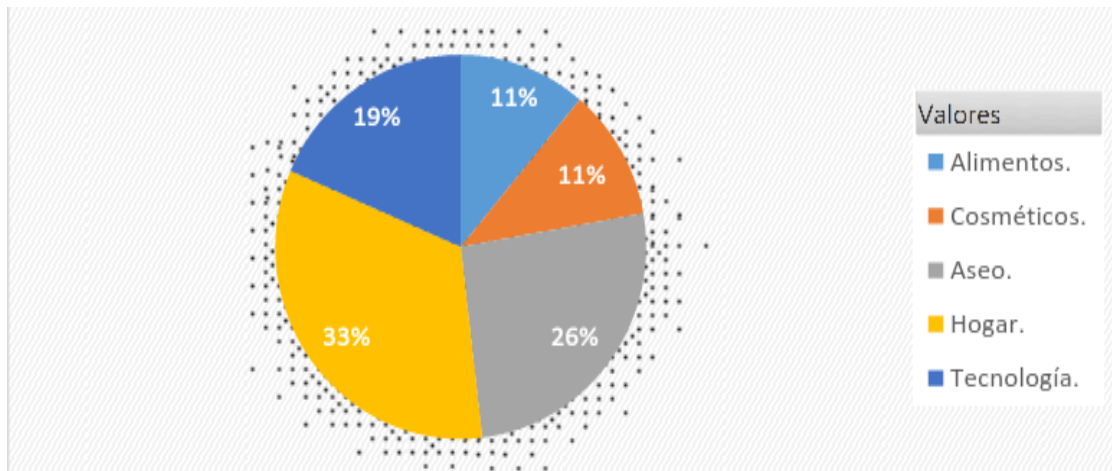
Grafica 12. Convenio Proveedores.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

Con respecto a los proveedores y el cuidado al medio ambiente, en el 90% de las empresas entrevistadas considera que una base importante de los proveedores contribuye con el medio ambiente, mediante la producción de productos ecológicos, empaques ecológicos de alta calidad y con materiales biodegradables.

Asimismo el 80% de los entrevistados cuenta con convenios con los proveedores para llevar a cabo la recepción de desechos. Entre los más destacados podemos encontrar la recolección de neumáticos, pilas, bombillos, cosméticos, baterías, tecnología. Esto con el fin de asumir los daños producidos y encontrarse dentro de las leyes establecidas por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible, tratando en este caso primordialmente el pos consumo.



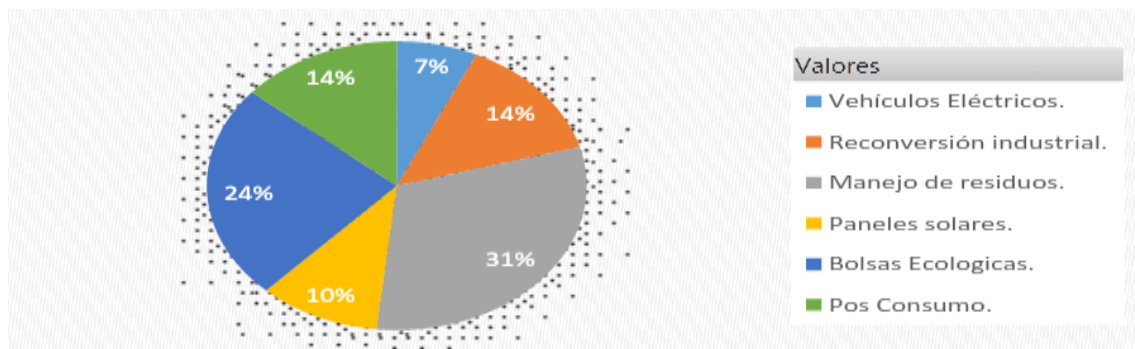
Grafica 13. Clasificación de Residuos.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas



Gráfica 14. Tipos de Productos Comercializados.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

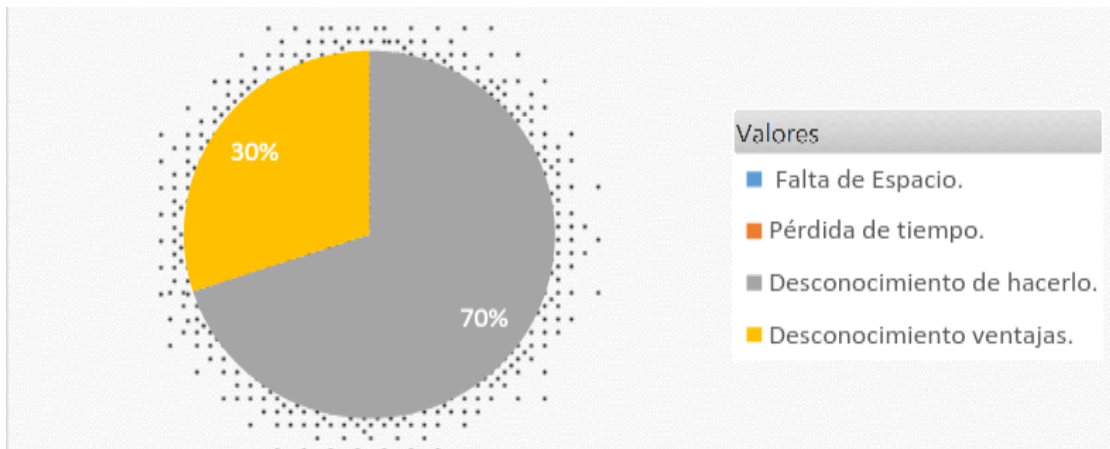
Dentro de las instalaciones de las empresas encontramos en el gráfico 13 todas las empresas clasifican los residuos, ubicando al papel y al cartón con el 46%, el vidrio, pilas, plásticos y metal con el 14 % respectivamente dejan en el tercer lugar a la tecnología con el 12%. Con lo que podemos identificar el empeño de las compañías al implementar estas estrategias, además de informar a sus empleados y clientes.

Además, en el gráfico 14 se puede observar que en la actualidad se preocupan en mayor proporción por el planeta, brindándoles a sus clientes la posibilidad de elegir entre una amplia gama de productos que satisfagan las necesidades de todos los integrantes de la familia. Pero el mayor sector dentro del consumo masivo que ofrece productos ecológicos o eco eficiente, es el sector del hogar con el 33% habiendo, después podemos encontrar el sector de aseo con el 26%.



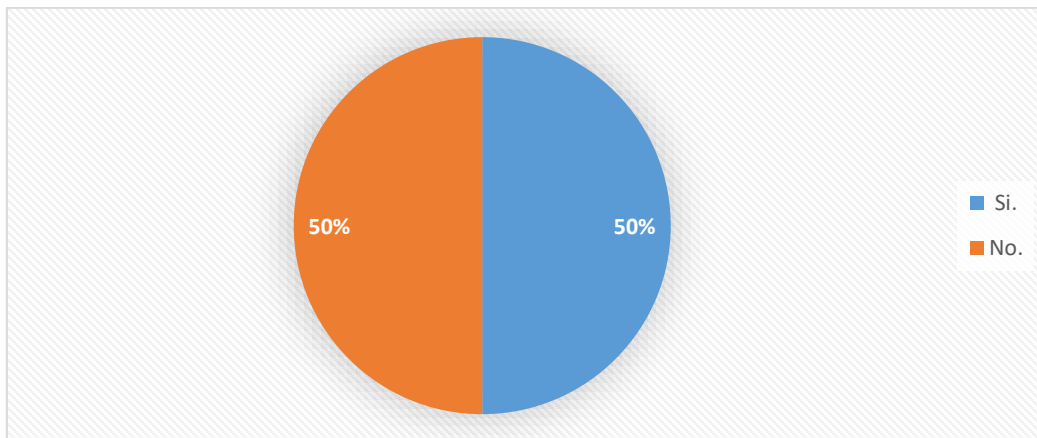
Gráfica 15. Implementación.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

Habría que decir también que durante los últimos dos años las estrategias más implementadas por las empresas son el manejo de residuos y las bolsas ecológicas o biodegradables, como se ha dicho las bolsas de plástico común se demoran entre 10 a 100 años en descomponerse cabe aclarar que esto en gran medida depende del entorno en el cual se encuentre desechada la bolsa. Teniendo en cuenta lo anterior se empezó a implementar las bolsas biodegradables con propiedades biodegradables que provienen de fuentes renovables o reutilizables. (Navarrete Díaz, 2015)



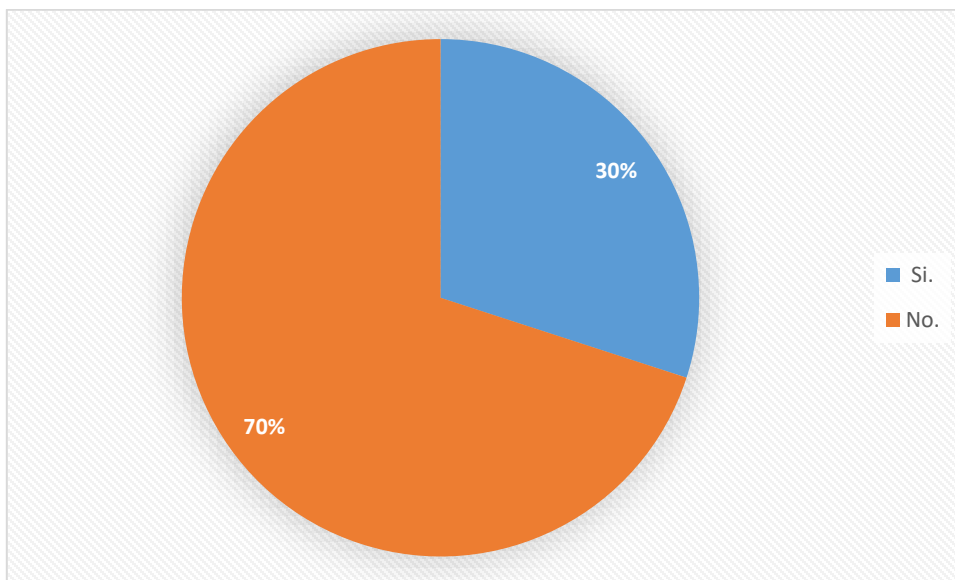
Gráfica 16. Dificultad en la clasificación.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

Con respecto a lo anterior en la gráfica 16 queda demostrado que la principal dificultad con el 70% que existe al momento de clasificar estos residuos es la falta de conocimiento acerca de cómo llevar a cabo los procesos de separación y clasificación. 30% corresponde al desconocimiento de las ventajas que pueden generar, tanto para el medio ambiente como para las empresas que las practican.



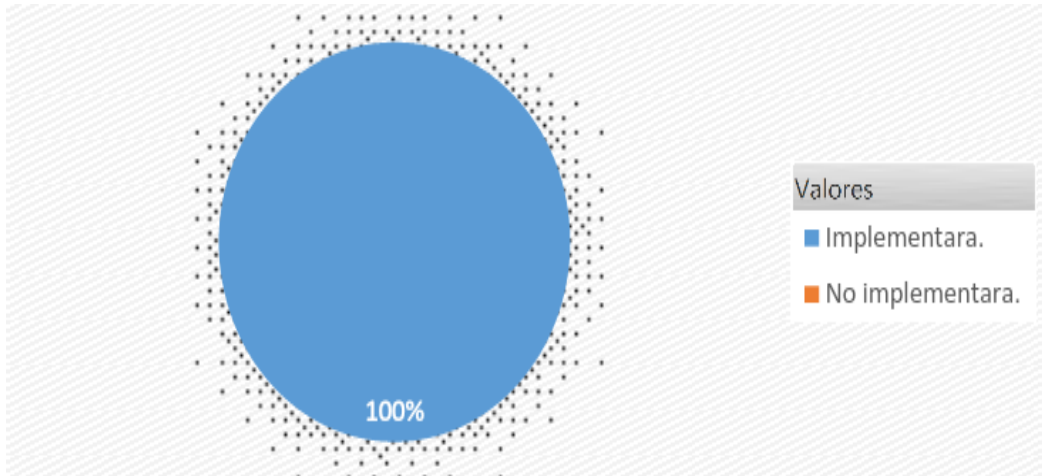
*Gráfica 17. Certificación ISO.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*

En cuanto a certificados y reconocimientos que las empresas pueden obtener encontramos que en el gráfico 17 el 50% de las organizaciones se encuentra certificada dentro de la norma ISO 14001 la cual hace referencia a un marco de buenas prácticas frente al medio ambiente, teniendo siempre presente las necesidades socioeconómicas. En este se especifican cada uno de los requisitos para tener un sistema de gestión ambiental eficiente. (ISO 14001, 2015)



*Gráfica 18. Reconocimientos.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas*

Pero a pesar de que el 50% está certificada solo el 30% del total de las empresas alguna vez ha obtenido reconocimientos ambientales de buenas prácticas. Entre ellas una de las más conocidas empresas es el éxito.



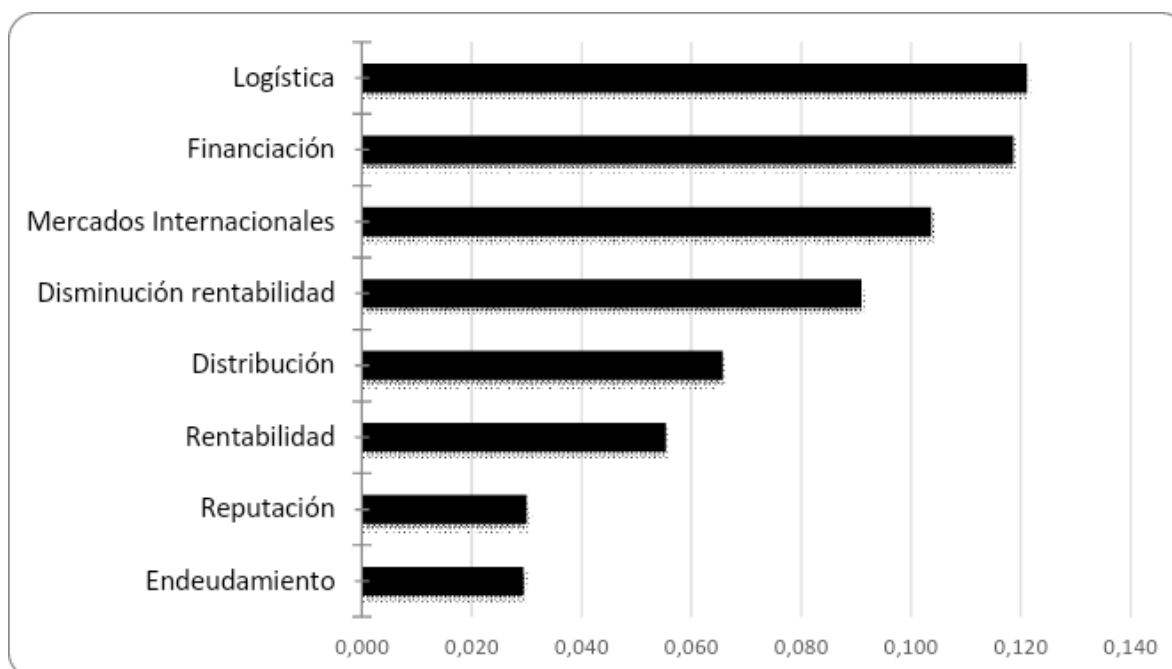
Grafica 19. Planeación.
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

Con el grafico 19 podemos concluir que entre todos los entrevistados, planean durante los próximos dos años implementar o continuar con la implementación de estrategias que protejan al medio ambiente. En consecuencia podemos decir que todos los beneficios anteriormente encontrados en las entrevistas, motivan a las empresas a continuar con su implementación y a acoplarse a nuevas prácticas existentes a nivel mundial y que dejen mayores resultados.

Se debe agregar que mediante la metodología AHP se pudo establecer, que para las empresas entrevistadas los beneficios son uno de los mayores criterios que motivan la implementación de estrategias verdes con 0,566 en segundo lugar podemos encontrar las oportunidades con aproximadamente el 0,238 y después los costos y riesgos con 0,350 y 0,207 respectivamente. Lo que asevera los conceptos anteriores, donde se pudo notar que la principal motivación son los beneficios que al menos alguno de los entrevistados dijo haber obtenido.

Ponderaciones locales y globales de los beneficios /Oportunidades /Costos y Riesgos a las Estrategias verdes										
Factores	Pesos globales	Subfactores	Pesos globales	Orden	Bareras	Pesos locales	Pesos globales	Orden	Subbareras	Pesos globales
Beneficios/ Oportunidades	0,540	Beneficios	0,566	2	Financiación	0,389	0,119	1	Logística	0,121
				5	Distribución	0,215	0,066	2	Financiación	0,119
				1	Logística	0,396	0,121	3	Mercados Internacionales	0,104
				12	Pérdida Mercado	0,063	0,008	4	Disminución rentabilidad	0,091
Costos / Riesgos	0,460	Oportunidades	0,238	4	Disminución rentabilidad	0,708	0,091	5	Distribución	0,066
				9	Endeudamiento	0,229	0,029	6	Rentabilidad	0,055
				3	Mercados Internacionales	0,644	0,104	7	Nuevos Clientes	0,039
				7	Nuevos Clientes	0,240	0,039	8	Reputación	0,030
		Costos	0,350	10	Innovadores	0,116	0,019	9	Endeudamiento	0,029
				8	Reputación	0,316	0,030	10	Innovadores	0,019
				6	Rentabilidad	0,582	0,055	11	Tributación	0,010
				11	Tributación	0,102	0,010	12	Pérdida Mercado	0,008
Riesgos	0,207	Riesgos	0,207							

Grafica 20
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas



Grafica 21
Elaboración propia, Fuente: Entrevistas

Por lo que se refiere a las barreras que se pueden ver reflejadas en la gráfica a continuación, se evidencia que las principales barreras al poner en práctica estrategias verdes son la logística o dentro del caso logística verde según (Ortegón Riveros , 2017) esta se da desde el proceso productivo hasta el embalaje y comercialización, la logística verde trata de hacer estos procesos de producción mucho más amigables con el ambiente, buscando la manera de disminuir las grandes cantidades de desechos que se dan y el uso excesivo e innecesario de recursos que se ven inmersos en la producción de un bien. Por ello las empresas buscan maneras de realizar un cambio, investigando procesos en los cuales se puedan hacer mejoras a la logística, ayudándose simultáneamente de la tecnología y la innovación.

El siguiente aspecto trata de la financiación con 0,119 aproximadamente, lo cual representa que las empresas del sector no tienen conocimiento sobre la fácil accesibilidad que se tiene para préstamos o financiación que sean destinados al cuidado del medio ambiente.

En cuanto a los mercados internacionales encontrándose en tercer lugar con 0,104 para las empresas se considera una barrera muy grande los mercados internacionales ya que para la comercialización de productos en mercados internacionales es necesario contar con certificados, en la actualidad Colombia cuenta con el Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, que emite el sello Ambiental Colombiano SAC, que es un distintivo para las empresas que se obtiene de forma voluntaria (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2019). Así mismo en Colombia no se cuenta con un sistema de regulación claro y de fácil aplicación en los mercados lo que dificulta la internacionalización de las empresas. (Echeverri Cañas L, 2010).

6. Conclusiones.

Luego de realizar y analizar la información recopilada, para este trabajo de investigación, en el cual se pretendió identificar las acciones y estrategias que las empresas del sector retail implementan dentro de sus planes estratégicos y objetivos, para contribuir y ayudar a mitigar los problemas ambientales derivados de su razón social.

Al darle una respuesta al principal interrogante que surgía, acerca de que si dentro de la organización estaba planteado la implementación de estrategias, el 100% de los entrevistados señalo que si se implementaba, además, que contaban dentro de sus políticas con acciones que contribuyen al medioambiente.

Por otra parte, se evidencio que todas las compañías dicen haber tenido al menos un beneficio fiscal, ya sea de tipo IVA o de Renta.

En relación con lo anterior se observó que, aun que las empresas implementen estrategias verdes y adquieran beneficios, no todas las entrevistadas tiene el conocimiento suficiente de los modelos y métodos, al momento de aplicar las diferentes estrategias que día a día están innovando de acuerdo a la tecnología, al desarrollo de la humanidad y sus necesidades.

De esta manera podemos concluir que es fundamental el cuidado del medio ambiente, además que es fundamental el conocimiento y enseñanza o formación de las empresas y colaboradores en estos temas o procesos. Habría que decir también que las empresas para continuar con su proceso de expansión tanto nacional como internacionalmente deben acoplarse a las normas, leyes y certificaciones internacionales no solo con el fin de aumentar sus utilidades y capital de hacer una mayor contribución al medio ambiente y su población.

Así mismo el estado colombiano debe de implementar en mayor proporción nueva y mejorada normativa para motivar a las compañías en el uso de políticas y estrategias ambientales, de esta manera proteger su población y la biodiversidad del país.

Anexos

Encuesta sobre estrategias verdes dirigida a empresas del sector retail en Medellín

Nombre:
Cargo:
Empresa:

"Las estrategias verdes hacen referencia al tratamiento que dan las empresas al medio ambiente, incluyéndose como uno de sus propios valores de tal forma que sea una marca más valorada por el público y el mercado en el que opera."

Para responder las preguntas puede usar el resaltador, así: 

1. En los dos últimos años la empresa ha desarrollado estrategias verdes para aportar al cuidado del medio ambiente.
 - ☐ Muy Frecuentemente
 - ☐ Frecuentemente
 - ☐ Ocasionalmente
 - ☐ Raramente
 - ☐ Nunca
2. La empresa le brinda a sus empleados capacitaciones para el cuidado del medio ambiente.
 - ☐ Muy Frecuentemente
 - ☐ Frecuentemente
 - ☐ Ocasionalmente
 - ☐ Raramente
 - ☐ Nunca
3. La empresa en los dos últimos años ha obtenido beneficios fiscales por utilizar estrategias verdes.
 - ☐ Impuestos a las ventas IVA
 - ☐ Impuesto de renta
4. En el proceso estratégico se considera la importancia del cuidado al medio ambiente
 - ☐ Casi siempre
 - ☐ Usualmente
 - ☐ Ocasionalmente
 - ☐ Casi nunca
 - ☐ Nunca

Estrategias verdes: beneficios, oportunidades, costos y riesgos en la implementación en las empresas del sector retail en la ciudad de Medellín

5. En los Dos últimos años de qué manera la empresa ha implementado estrategias verdes
- ☐ Vehículos Eléctricos
 - ☐ Reconversión industrial
 - ☐ Manejo de residuos
 - ☐ Paneles solares
 - ☐ Bolsas Ecologicas
 - ☐ Pos Consumo
6. En los dos últimos años tener estrategias verdes le ha incrementado las ventas
- ☐ Entre 0 y 5%
 - ☐ Entre 5% y 10%
 - ☐ Entre 10% y 15%
 - ☐ Entre 15% y 20%
 - ☐ Más de 20%
7. En los dos últimos años tener estrategias verdes le ha incrementado la utilidad
- ☐ Entre 0 y 5%
 - ☐ Entre 5% y 10%
 - ☐ Entre 10% y 15%
 - ☐ Entre 15% y 20%
 - ☐ Más de 20%
8. Tener estrategias verdes en los dos últimos años, le ha disminuido los impuestos
- ☐ Entre 0 y 5%
 - ☐ Entre 5% y 10%
 - ☐ Entre 10% y 15%
 - ☐ Entre 15% y 20%
 - ☐ Más de 20%
9. En los últimos dos años la empresa ha invertido dinero en cuidado al medio ambiente
- ☐ Entre 0 y 5% del presupuesto
 - ☐ Entre 5% y 10% del presupuesto
 - ☐ Entre 10% y 15% del presupuesto
 - ☐ Entre 15% y 20% del presupuesto
 - ☐ Más de 20% del presupuesto
10. En los últimos dos años la empresa ha estado a favor de políticas ambientales
- ☐ A Favor
 - ☐ En contra

Estrategias verdes: beneficios, oportunidades, costos y riesgos en la implementación en las empresas del sector retail en la ciudad de Medellín

11. La empresa en los dos últimos años ha desarrollado estrategias
☐ Desarrolla
☐ No desarrolla
12. En los próximos dos años la empresa tiene planeado implementar estrategias para el cuidado del medio ambiente
☐ Implementará
☐ No implementará
13. Qué porcentaje de las instalaciones de la empresa poseen bombillas ahorradoras tipo led
☐ Entre 0 y 10%
☐ Entre 10% y 50%
☐ Más de 50%
14. En la empresa el tipo de residuos que se clasifican son
☐ Vidrio
☐ Papel y cartón
☐ Pilas
☐ Plástico y metal
☐ Tecnología
15. En la empresa qué aspectos dificultan la clasificación de residuos
☐ Falta de Espacio
☐ Pérdida de tiempo
☐ Desconocimiento de la forma de hacerlo
☐ Desconocimiento de las ventajas que puede tener
16. Que tipo de productos comercializados ayudan al medio ambiente
☐ Alimentos
☐ Cosméticos
☐ Aseo
☐ Hogar
☐ Tecnología
17. De los proveedores actuales, una base importante, como es su contribución al medio ambiente
☐ SI
☐ NO
☐ Como? _____
18. La empresa se encuentra certificada en la ISO 14001
☐ SI

☐ NO
19. En los dos últimos años la empresa ha obtenido reconocimientos por el cuidado al medio ambiente
☐ SI
☐ NO
☐ Si la respuesta es "SÍ" Especifique _____
20. La empresa posee convenios con los proveedores para la recepción de residuos de los productos comercializados
☐ SI
☐ NO
☐ Como? _____

¡Muchas gracias por su ayuda!

Bibliografía

- Alfonso Ávila, N. (2014). *Principales normas ambientales colombianas*. Universis EAN, Bogotá.
- Arbeláez, C. G., Vallejo López, G., Higgins, M., & Escobar, E. (2016). *El Acuerdo de Paris: Así actuara Colombia frente al cambio climático*.
- Área Metropolitana del valle de Aburra. (2019). *metropol*. Recuperado el 9 de 11 de 2019, de metropol: <https://www.metropol.gov.co/ambiental/Paginas/consumo-sostenible/incentivos-tributarios.aspx>
- Arévalo García, N. A., & García Pazmiño, M. A. (2018). Conciencia ambiental y conducta del consumo energético en el contexto laboral del centro financiero de. *Retos de la Ciencia*.
- Arroyave, C. A. (2015). *Tendencias de producción y consumo ecológico en Antioquia*. Medellín.
- Artaraz Miñón, M. (2003). *Hacia una economía sostenible: interpretaciones, teorías e indicadores de desarrollo sostenible*. País Vasco. Obtenido de <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/viewFile/75425/45939>
- Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible*.
- Asobancaria. (2017). *Protocolo Verde*.
- Autoridad Nacional de Licencias Ambientales. (25 de 7 de 2018). *Gestión Integral de Residuos*. Obtenido de <https://tdea.basesdedatosezproxy.com:2082/noticias/detalle/gestion-integral-de-residuos-13723>
- Bordehore, C. (2014). *Problemas ambientales, problemas humanos*.
- Campo Rico, N. (2009). *La inversión ambiental en las empresas*. Medellín.

- Cancillería de Colombia. (2019). *Cancillería de Colombia*. Recuperado el 23 de 05 de 2019, de <https://ginebra-onu.mision.gov.co/convenio-basilea>
- Cañas, L. M. (2010). *Inserción del mercadeo verde en prácticas empresariales en Colombia (casos de estudio)*. Manizales.
- Cañas, L. M. (2019). *Acciones y prácticas de Mercadeo verde en empresas*. Colegio de Estudios Superiores en Administración CESA, Bogotá.
- Cárdenas, V. (2019). *Finanzas climáticas: instrumentos financieros*. Recuperado el 23 de 05 de 2019
- Castellano, S., & Urdaneta, J. (Febrero de 2015). Estrategias de mercadeo verde utilizadas por empresas a nivel mundial. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 476-494.
- Castillo, G. M. (2013). *Estrategias de responsabilidad social corporativa y su influencia en la percepción del cliente en la ciudad de Bogotá: caso sector retail*. Bogotá.
- Castro de Doens, L. (2016). Financiamiento verde para el desarrollo sostenible. *Economía y Desarrollo*, 156(1).
- Catalunya, G. d. (7 de 7 de 2015). ¿Qué son los COP? Obtenido de http://mediambient.gencat.cat/es/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/substancies_quimiques/contaminants_organics_persistents_cop/que_son_els_cop/
- Chamochín, M. (2017). *El nexo entre finanzas, sostenibilidad y energía*.
- Departamento nacional de planeación. (2016). *Crecimiento verde para Colombia*. Bogotá. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/diagnostico/Documento%20Final%20Crecimiento%20verde%20para%20Colombia.pdf>
- Diario Sustentable. (1 de 6 de 2018). Finanzas sostenibles, finanzas verdes y financiamiento climático. ¿Es lo mismo?, entrevista a carolina yazmín López, representante de unep fi en chile. *Diario Sustentable*. Obtenido de <https://www.diariosustentable.com/2018/finanzas-sostenibles-finanzas-verdes-y-financiamiento-climatico-es-lo-mismo-entrevista-a-carolina-yazmin-lopez-representante-de-unep-fi-en-chile/>
- Echeverri Cañas, L. (2010). Inserción del mercadeo verde en prácticas empresariales en Colombia (casos de estudio). *Revista Luna Azul*, 123-138.

- Echeverri Cañas, L. M. (2012). Inserción del mercadeo verde en prácticas empresariales en Colombia (casos de estudio). *Luna Azul*, 122-138.
- EcuRed. (2019). *EcuRed*. Recuperado el 5 de 11 de 2019, de EcuRed: https://www.ecured.cu/Gesti%C3%B3n_de_Residuos
- EcuRed. (2019). *EcuRed*. Recuperado el 21 de 05 de 2019, de Ecured: https://www.ecured.cu/Programa_de_las_Naciones_Unidas_para_el_Medio_Ambiente#Funciones
- Eltayeb, T. K., & Zailani, S. (2009). *Going Green Through Green Supply Chain Initiatives*. Penang, Malaysia.
- Emiel, W. (1995). *The Dynamics of the Eco-efficient Economy: Environmental Regulation and competitive advantage*.
- Entrepreneur. (2019). *Entrepreneur*. Recuperado el 22 de 05 de 2019, de <https://www.entrepreneur.com/article/268317>
- Franco, A., Arévalo, D., & Jacob, J. (07 de 06 de 2012). *Protocolo Verde*. Obtenido de <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2017/11/Protocolo-Verde-Colombia.pdf>
- Galindo, A., Cortez, K., & Rodríguez García, M. (2017). *Efecto del desempeño ambiental en el rendimiento de mercado de países*. Monterrey Nuevo León México.
- González Rodríguez, C. (2011). Empresas Socialmente Responsables y mercado verde internacional. *Economía informal*, 59-78.
- Herrera Mendoz, K., Ramírez Ordoñez, M., De La Hoz Álvarez, M., & Acuña Rodríguez, M. (2018). *Predicción de la realización de prácticas ambientales, en trabajadores de una empresa de insumos químicos, a partir del modelo de la conducta planeada*.
- ISO 14001. (2015). ISO 14001:2015.
- Jabba Sánchez, A. (2011). *Reformas fiscales verdes y la hipótesis del doble dividendo: un ejercicio aplicado a la economía colombiana*.
- Lander, E. (2011). *La Economía Verde: El lobo se viste de cordero*.
- Leguizamón, D. A. (2018). *Tributación para la sostenibilidad medio ambiental, un paralelo entre Colombia (ley 1819 de 2016) y dos países de américa latina pertenecientes a la ocde*. BOGOTÁ D.C.

(1996). *Ley 253*.

Lottici, M., Galperín, C., & Hoppstock, J. (Febrero de 2013). El “proteccionismo comercial verde” un análisis de tres nuevas cuestiones que afectan a los países en desarrollo. *Revista Argentina de economía internacional*, 40.

Matas, A. (2016). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión.

Mateu Igirál, J. (1995). La teoría del desarrollo sostenible y el objeto de la educación ambiental. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 53-64.

Meza Sánchez, V. (2014). *Diseño de un modelo para explicar conductas ecológicas mediante la “teoría del comportamiento planificado”: caso aplicado a estudiantes universitarios en Chile*. UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA, Santiago de Chile.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2019). Obtenido de Información General: <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/28-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana#programa-posconsumo-de-residuos>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (8 de 11 de 2019). *Minambiente*. Obtenido de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla->

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2019). *Minambiente*. Recuperado el 23 de 05 de 2019, de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article?id=689:plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-sin-galeria-64>

Montaño, D. E., & Kasprzyk, D. (2015). *Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. Health behavior: Theory, research and practice*, 70(4), 231.

Monteiro, T. A., Giuliani, A. C., Cavazos Arroyo, J., & Kassouf Pizzinatto, N. (2015). *MEZCLA DEL MARKETING VERDE: UNA PERSPECTIVA TEÓRICA*. Buenos Aires.

Morán, C. (2017). *¿Qué es la economía ecológica?* Madrid: Ecologistas en Acción.

Mousalli-Kayat, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Mérida.

Naredo, J. M. (2011). *Fundamentos de la economía ecológica*.

- Navarrete Díaz, I. (2015). *¿Qué aspectos positivos conlleva el manejo de bolsas biodegradables?* Bogotá.
- ONU. (2019). *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*. Recuperado el 21 de 05 de 2019, de <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>
- Ortegón Riveros, W. (2017). *La importancia de la logística verde para la gestión ambiental empresarial*.
- Palacios, L. N., Vargas, P. R., & Aguilar, O. D. (2018). *CONTRIBUCIÓN DE LOS IMPUESTOS VERDES EN LA SOSTENIBILIDAD*. VILLAVICENCIO.
- Palacios, T. M., & Chamorro Mera, A. (2002). *El comportamiento de compra de productos ecológicos, una propuesta de modelo*.
- Peter, J., & Krishna, M. (2012). *Green Practices: Perception of Malaysian SME*.
- Ponce, M. (Octubre de 2016). *International Finance Corporation World Bank Group*. Obtenido de Finanzas Sostenibles: Una oportunidad de negocio para la Banca Latinoamericana:
<http://www.asobanca.org.ec/sites/default/files/1%20Sustainable%20Banking%20Network%20LAC-%20Oct2016.pdf>
- Portafolio. (21 de 12 de 2016). Reforma tributaria ambiental para un futuro de sostenibilidad. *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/reforma-tributaria-y-medio-ambiente-columna-minambiente-22-de-diciembre-502425>
- Programa de las Naciones Unidas. (2001). *TDeA*. Obtenido de https://tdea.basesdedatosezproxy.com:2082/cientifica_tecnica/detalle/manual-de-medio-ambiente-y-comercio-2053
- Programa de Naciones Unidas. (2015). *Agenda 2030 Transformando Colombia*. Recuperado el 21 de 05 de 2019
- Ramírez Hernández, V., & Antero Arango, J. (2013). *EVOLUCION DE LA NORMATIVA AMBIENTAL*. Manizales.
- Red por la Justicia Ambiental en Colombia*. (2018). Obtenido de <https://justiciaambientalcolombia.org/herramientas-juridicas/legislacion-ambiental/>
- Rodríguez Becerra, M. (2019). *Capítulo 7: Políticas Ambientales*.

- Saaty, T. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*.
- Sánchez Pérez, G. (2002). *Desarrollo y medio ambiente: una mirada a Colombia*.
- Santander. (19 de 04 de 2017). *Banco Santander*. Obtenido de Santander:
<https://www.santanderpyme.com.mx/detalle-noticia/sabes-que-son-las-finanzas-verdes.html>
- SIAC. (2019). *Sistema de información Ambiental de Colombia*. Obtenido de
siac.gov.co/residuospostconsumo
- Toledo, V. (1992). *Modernidad y ecología. La nueva crisis planetaria*.
- Tommasino, H., Foladori, G., & Taks, J. (2001). *La crisis ambiental contemporánea*.
- Vidal H., C. J., Bravo B., J. J., Cajiao G., E., Meza H., P. P., Arango S., S., Franco L., D., & Calderón S., J. H. (2015). *Guía metodológica para la priorización de proyectos: Un enfoque aplicado a la infraestructura, la logística y la conectividad*. Sello Editorial Javeriano.
- Zaride, N., & Ávila, A. (2014). *Principales Normas Ambientales Colombianas*. Bogotá.