



economía verde

COALICIÓN PERÚ

economieverde.pe

Consulta a empresarios y emprendedores verdes

La Coalición por la Economía Verde en Perú es

Implementada por:



Como parte de:



Financiada por:



Coalición por la Economía Verde – Perú

Consulta a empresarios y emprendedores verdes¹

1. Introducción

Cada cierto tiempo, emerge en el mundo un nuevo paradigma que orienta y establece las condiciones y visiones para el desarrollo (Pérez 2010). En los últimos 300 años, los paradigmas tecno-económicos consideraban dos supuestos y que están cambiando. En los últimos 30 años ha pasado de “acceso irrestricto a los recursos naturales” al “desacople del uso de recursos naturales del crecimiento económico” (PNUMA 2011), y de “contaminar no cuesta” a “el que contamina paga” (Fressoz 2013; Meyer 2017).

Introducir la idea de que se puede aprovechar los recursos naturales, pero dentro de su tasa de regeneración, que hay que internalizar las externalidades (pagar por contaminar) y que las empresas deben ser socialmente inclusivas y responsables, han generado nuevos estilos de hacer empresa y de consumo, que se enmarcan en el paradigma de desarrollo sostenible. El mayor desarrollo y adopción de tecnologías de energías renovables, mayor uso de certificaciones ambientales y sociales en las empresas (Comercio Justo, Orgánico, CE100, Empresas B, ISO 14,001, ISO 26,001, etc.), crecimiento de la industria de súper alimentos naturales, el ecoetiquetado, entre otras manifestaciones, pertenecen a un paradigma emergente que atiende a un público consumidor más consciente de la sostenibilidad del planeta y exigente hacia las empresas y los sistemas económicos de los países.

El caso del Perú no es ajeno a este proceso, y más bien representa una oportunidad por la etapa de desarrollo en el que se encuentra el país. El Perú todavía tiene la oportunidad de aprovechar su dividendo demográfico, que es el momento histórico donde la mayor parte de países hace el salto cualitativo hacia una mejor calidad de vida de sus ciudadanos; se calcula que hasta inicios de los años 2030 seguirá teniendo a la mayor parte de su población en edad productiva y relativamente poca carga social de los ciudadanos dependientes. Es la etapa en la que se generan los ahorros, y podría establecerse una economía del bienestar. Las nuevas generaciones de profesionales se amplían con mayor velocidad y emergen oportunidades muy diversas de modos de ganarse la vida. Por otro lado, Perú aún mantiene gran parte de su diversidad biológica, tiene recursos minerales, maderables, agropecuarios y pesqueros con grandes perspectivas de mercado. Además, aún cuenta con acceso al agua dulce necesaria para la población y la industria. Esto no quita que tenga desafíos muy complejos que atender, como son la vulnerabilidad a los eventos naturales, la creciente contaminación de sus ciudades y el mal manejo de residuos sólidos, la mega concentración que tiene en la capital y en unas pocas ciudades, la desigualdad entre peruanos, y la poca presencia del Estado en gran parte del territorio.

En este contexto, un creciente número de estudios desde la gestión estratégica están prestando atención a las empresas y emprendedores que construyen iniciativas empresariales y sociales para atender este cambio de paradigma, hacia uno que esté liderado por una economía verde.

¹ Elaborado por Leslie Forsyth, Mario Bazán y Carmen Gonzales (2019). Lima: FORO Nacional Internacional.

2. Marco conceptual

El término “economía verde” fue acuñado por David Pearce, Anil Markandya y Edward Barbier en 1989, en un informe preparado para el Gobierno del Reino Unido, titulado “Blueprint for a Green Economy” (“Plan para una Economía Verde”). El propósito de este informe fue analizar las implicancias del concepto de desarrollo sostenible para la medición del progreso económico y la evaluación de proyectos y políticas (ONU 2012). Posteriormente los mismos autores continuaron con una serie de publicaciones en esta misma línea (Pearce, Barbier and Markandya, 1990; Pearce 1992; Pearce, Atkinson and Dubourg, 1994). En 2008, el término volvió a tomar importancia ante el contexto de la crisis financiera y la recesión global (ONU 2012). El Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente lideró la idea del “paquete de estímulos verdes” para hacer frente a este contexto e identificó áreas específicas donde podría iniciarse una economía verde (ONU 2012).

La economía verde es un enfoque promovido por organizaciones como el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el fin de conducir a mejorar el bienestar humano y la equidad social, reducir significativamente los riesgos ambientales y la escasez ecológica, ser baja en carbono, eficiente en el uso de recursos y socialmente inclusiva (UNCTAD 2011). Al mismo tiempo, otras organizaciones como Global Green Growth Institute han impulsado el concepto de crecimiento verde como uno de los elementos de la economía verde, proponiendo la definición de que economía verde es “aquella que busca integrar el crecimiento económico y la sostenibilidad ambiental. Atender simultáneamente aspectos clave del desempeño económico, como la reducción de la pobreza, la creación de empleos y la inclusión social, con sostenibilidad ambiental, como la mitigación del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la seguridad de acceso a agua y energía limpia.” (Galarza et al. 2015).

Esta definición amplia, abarca los tres pilares del concepto de desarrollo sostenible: social, ambiental y económico (IIED 2014). Lo esencial del enfoque de economía verde es sistemáticamente desarticular (o desacoplar) la tasa de cambio en producto económico con los activos ambientales usados para ese mismo proceso de producción (Pearce 1992). Por lo tanto, la economía verde busca la prosperidad dentro de los límites del planeta y cada vez usando menos recursos, así como buscando la equidad e inclusión social, lo cual lo hace un proceso dinámico.

3. Contexto Actual

Esta economía verde está en pleno crecimiento a nivel global: según el Green Transition Report 2018, las inversiones en sectores verdes de la economía ya representan US\$9.4 billones, con un crecimiento de más de 13% anual desde 2005 (Henderson, Long y Nash 2018).

Asumir el enfoque de economía verde puede ser conveniente para el Perú. La razón principal es por la alta dependencia de la actividad económica (y por lo tanto del sustento de la calidad de vida de las personas) sobre los recursos naturales, así como su alta exposición y vulnerabilidad a los cambios en la naturaleza. Perú es uno de los 17 países del mundo considerados megabiobiodiversos, estos países alojan entre el 60% y 70% de la biodiversidad del planeta.

El Perú presenta ventajas comparativas para un escenario de mayor valor de la economía verde. Sin embargo, aprovecharlas requerirá de nuevas estrategias para poner en valor, acceder a mercados y promover los productos de la naturaleza del Perú, así como promover un desarrollo productivo que optimice el uso de recursos y tenga un impacto negativo mínimo sobre el ambiente, al mismo tiempo que genera inclusión social y oportunidades para todos.

4. Descripción del proyecto

Bajo este contexto, y con el apoyo de Green Economy Coalition International, se forma una coalición en el Perú, con Foro Nacional Internacional y Libélula como actores claves y desarrolladores. La coalición busca apoyar el proceso hacia una economía verde propiciando el diálogo entre distintos actores. En este caso, la misión de la coalición es impulsar el ecosistema de Pymes verdes² en el Perú, las cuales buscan aportar de forma positiva al medio ambiente y a la sociedad.

A través del proyecto se busca empoderar a las Pymes verdes para que puedan establecerse en un mercado competitivo. Para lograr esto, se han desarrollado espacios de diálogo con el fin de recoger y generar información que permita entender el contexto en el que estas iniciativas se desenvuelven y cuáles son sus expectativas y aspiraciones. A partir de esto, se genera una plataforma virtual (economiaverde.pe) que permite visibilizar a las iniciativas, sus productos, sus objetivos y sus impactos de manera que puedan tener una mayor conexión con los consumidores. Esta plataforma posee, adicionalmente, contenido relacionado a la economía verde, noticias, eventos, entre otros que promueven la protección ambiental, así como un uso sostenible de los recursos.

El objetivo principal es articular las Pymes, el mercado y el Estado, generando sinergias y alianzas para lograr construir una ruta para una economía verde más sólida y en proceso de expansión. A partir de estas alianzas, los emprendedores podrán recibir capacitaciones, financiamiento y otros servicios que puedan incrementar su potencial.

Adicionalmente, como parte del proyecto se busca generar alianzas con autoridades, así como instituciones con el fin de apoyar las iniciativas, facilitando su inserción al mercado y generando mayor consciencia en la población.

² Pequeñas y medianas empresas que buscan a través de sus productos, tener un impacto positivo en el ámbito ambiental y social.



Desayuno de trabajo



Desayuno de trabajo

5. Consulta a empresarios verdes

Como parte del proceso de diálogo del proyecto se realizaron 6 desayunos de trabajo entre los meses de mayo y noviembre del año 2018 que congregaron alrededor de 65 emprendedores de iniciativas verdes (Tabla 1), adicionalmente, se hicieron entrevistas individuales con determinadas iniciativas (Tabla 2). En estas reuniones, los emprendedores pudieron presentar sus productos, y en conjunto, debatir cuáles consideran que son sus principales motivaciones, oportunidades, barreras y necesidades respecto a sus emprendimientos. A partir de estos diálogos, se construyeron sinergias entre los emprendedores al comprender que, en muchos aspectos, encuentran barreras y necesidades similares. Para el proyecto es fundamental trabajar en base a los resultados del desayuno y entrevistas con miras a continuar apoyando a estas iniciativas y buscar nuevas alianzas con otros actores claves.

Tabla 1: Iniciativas que participaron en los desayunos.

	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Noviembre
1	Antarki Ecofriendly	Econsulta	AIRE	Aeroespacial	Algaex	Qaytu
2	Candela Perú	Candor	Allpa Nativa	Ally Mishky	Algaex	Dar Hummus
3	D'TRAPERAS	Catalogo Green	Ikigai	Ciclo	Ankura	EcoSpace
4	Igua	GreenTech	Kani	Janq'u	Ecoceanum	Energenio
5	Misha Rastrera	Kuchara	La Sanahoria	La Biodega	Ecologics	Filtro Eyewear
6	Mujeres de Mi Barrio	Laurie+Energy	Naghab	La Muyita	Emprende Social	Fresko Perú
7	Química Verde	Leaf Pack	Waposat	YAQUA	Huella Verde	Go Green Perú
8	TG CATERING	Liders		Inka Tradition	Lima Compost	Janq'u
9		Power Mundo			Lima Compost	Kyklos Perú
10		Sustainable Fishery Trade			Productos Solidarios	Muse Belts
11		Wips			Runaq	Pimalpaka SAC
12					Runaq	Qapac Runa
13					Termoinox	Qaya
14					Voltabikes Perú	Things for Life
15					Eco Touch Perú	Yari
16						Global Beauty Corp

Tabla 2: Iniciativas que participaron de las entrevistas

1. Bolsos Ecológicos	2. Ediberto Guerrero	3. Chacma	4. Pickbic	5. Nomadess
6. Sasha Natura	7. Tharina Kaspi	8. Perú en vidrio	9. Eeva Resto	10. Recidar
11. Antarki	12. Yanasha	13. Sophie Ottaner	14. Hadas Resto	15. Ecobash
16. Kaya	17. Curaca	18. Qaira	19. Inka Moss	20. Hoseg
21. Ecofish	22. Shiwi	23. Sinba	24. Sustainable	25. Waira
26. X Runner	27. Las traperas			

5.1 Oportunidades

El mercado verde en el Perú ofrece distintas oportunidades para estos emprendedores, uno de ellos es ser parte de un mercado emergente que viene desarrollándose a nivel mundial. Debido a que hay una limitada oferta de productos ecológicos y biodegradables surge una oportunidad económica en este espacio, además de proveer a la población de productos y servicios que sean coherentes con sus ideas y conductas. En los intercambios realizados con los emprendedores a través de distintas actividades, 14.6% de los emprendedores que participaron señalaron que una de las principales motivaciones para emprender sus iniciativas fue reconocer una oportunidad existente. Por ejemplo, uno de los participantes indicó que vio una oportunidad con el aprovechamiento de los residuos de construcción y demolición con el fin de crear nuevos materiales sostenibles y fomentar la construcción sostenible. Otra oportunidad que ha sido llevada a cabo a través de una iniciativa es el de hacer uso de los recursos sólidos orgánicos, “hoy en día se genera miles de toneladas de residuos sólidos en Lima y en todo en el Perú, y el deseo de poder aprovecharlo ya que más del 50% de los residuos sólidos son orgánicos”. En ambos casos, se construyeron las iniciativas a partir de la búsqueda de soluciones frente a un problema determinado.

Por otro lado, Perú es un país con una de las mayores biodiversidades en el mundo, las que derivan en una gran cantidad de recursos naturales y culturales que son fundamentales en la creación o transformación de productos para un mercado verde. Esto, además de ser una gran oportunidad en términos de producción, es una gran responsabilidad ya que cuidar estos recursos, así como reconocer las prácticas culturales, son fundamentales para la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

5.2 Motivaciones

Son diversas las razones que han motivado a los emprendedores a llevar a cabo sus iniciativas verdes, siendo la principal generar un impacto social positivo en la población (24,7% de los participantes). Otra motivación importante es la protección del medio ambiente a través del uso sostenible de recursos y la reducción de impactos negativos (20.2%). Durante la discusión en los desayunos de trabajo, los emprendedores mencionaron la importancia de “salir de los paradigmas del sistema capitalista poco inclusivo y depredador de los recursos naturales” con miras a generar un mercado más inclusivo y respetuoso.

La situación actual sobre el calentamiento global y la contaminación ambiental es una realidad para todos, lo que genera preocupación en muchos sectores de la población. La necesidad de un cambio es inminente, no sólo en el cuidado del medio ambiente, sino también en el consumo y las acciones cotidianas. Generar un cambio en la conducta de la población es otra de las motivaciones (13,5%): “es necesario tener una actitud ambientalmente responsable para mitigar los impactos generados por la ciudad, cambiando conductas respecto a la gestión de los recursos y planes de acción de las empresas”. Ante esto, promover un estilo de vida sostenible a partir de la venta de productos que respeten el medio ambiente y sean socialmente responsables.

La innovación con respecto a los productos y servicios actuales es también una motivación entre los emprendedores al tener que pasar por un proceso creativo que les permite tener un mejor producto con herramientas ya existentes, pero con un impacto positivo. Por otro lado, aprovechar el conocimiento local para promover nuevas formas de producir es una manera de

reconocer la importancia de practicas culturales que muchas veces han sido desestimadas y junto a esto, articular a las comunidades de la zona de influencia en el negocio.

Finalmente, existen motivaciones desde el ámbito de justicia social, como señala uno de los emprendedores, “los riesgos en la producción agrícola, climáticos, económicos, etc. Son asumidos por la agricultora o el agricultor. Aparecen intermediarios que sacan provecho de la situación y genera injusticia. Runaq nace para cambiar esta realidad impulsando crecimiento justo con respeto al ambiente”. La importancia de integrar beneficios sociales y ambientales es fundamental en el marco de una empresa verde.

5.3 Barreras

Actualmente hay mayor consciencia sobre la importancia de proteger el medio ambiente, así como las consecuencias negativas que puede traer el cambio climático y los desastres. De igual manera, hay mayor información en los consumidores y un mercado para productos verdes cada vez más amplio. Sin embargo, las acciones concretas para hacer frente a esta situación aún son pocas.

El principal obstáculo identificado es la falta de visibilidad que tienen las iniciativas en conjunto, con la falta de consciencia de la población, instituciones y autoridades de la necesidad de realizar un cambio en nuestras acciones, así como de la importancia de apoyar iniciativas que busquen hacer este cambio (24,1%).

Se encuentra que el tema económico es trascendental para estas iniciativas. 16,3% de participantes reconoció como un obstáculo la falta de financiamiento, acceso al crédito o beneficios tributarios como sus principales obstáculos. Desde su perspectiva, hay escasos fondos de inversión verde que limitan el crecimiento de sus empresas, así como múltiples dificultades para conseguir créditos bancarios ya que muchas veces no logran cumplir con los requisitos que estas entidades exigen.

Esto último se vincula con los pocos incentivos que el Estado brinda para generar este tipo de empresas. Los emprendedores señalaron que hay una “falta de beneficios tributarios a pesar de tener una baja huella ecológica”, así como también barreras burocráticas y vacíos legales para servicios y productos nuevos, lo que genera complicaciones en el desarrollo de este tipo de productos (10,1%).

Por otro lado, identificaron que la informalidad afecta de forma negativa a los emprendedores. Algunos participantes mencionaron que uno de sus principales obstáculos es encontrar proveedores sostenible que puedan dar certificaciones o que sean formales (9,6%), “trabajar con un personal que no nos puede entregar una factura de nuestra principal materia de trabajo”, lo que afecta no sólo desde el lado de la certificación de origen para productos orgánicos, sino también desde un punto de vista económico, ya que “al comienzo es difícil mantener el IGV para reinvertir, los productores no tienen facturas para deducir en nuestra contabilidad, etc.”. Esto implica que, al mirar la problemática de estas empresas y buscar soluciones, como proveedores sostenibles, surge la oportunidad de abordar problemas como la informalidad como parte de las políticas de apoyo a estas iniciativas.

La competencia entre los productos y servicios ya existentes y los nuevos servicios o productos correspondientes a estas iniciativas es un obstáculo para 12,9% de los participantes. Por lo

general, los productos y servicios comunes tienen un costo menor, así como mayor tiempo en el mercado por lo que es difícil competir con un producto nuevo que suele ser más caro y con un valor agregado apenas reconocido.

Finalmente, aún falta facilitar el ser reconocido como proveedor sostenible del Estado, ya que los criterios de evaluación están más enfocados en los beneficios económicos y de costo que en los beneficios para el medio ambiente.

5.4 Necesidades

En este contexto existen diversas necesidades que podrían ser articuladas y atendidas desde el sector público y privado. Las principales necesidades de los emprendedores participantes se relacionan con el apoyo por parte del Estado, a través de estrategias que involucren: i) incentivos económicos, como beneficios tributarios, préstamos a tasas de interés más bajas; ii) incentivos de capacitación, asesorías para la creación de nuevas industrias nacionales, investigación para la creación de nuevos productos; y iii) una reglamentación adecuada que permita a estos emprendedores y sus proveedores formalizarse.

Del total de participantes 23,3% indicaron la necesidad de tener mayor apoyo y visibilidad para las iniciativas. Desde capacitaciones hasta mayor visibilidad y reconocimiento para poder ser conocidos en el mercado. De la misma manera, aspiran a una mayor articulación con el Estado (13,8%) y mayor articulación con el sector privado (7,5%). Por lo tanto, es fundamental promover el diálogo con autoridades nacionales y locales con el objetivo de formar alianzas con diferentes instituciones públicas y privadas que tengan los mismos objetivos sociales y ambientales, con el fin de trazar una ruta conjunta. La necesidad de formar alianzas estratégicas con ciertas instituciones, como el MINAM o el MINEDU por ejemplo, es crucial para muchas de estas iniciativas. Los gobiernos locales y regionales deben jugar un rol importante en la articulación ya que pueden ser grandes agentes para promover una mayor protección a través de la concientización de la población.

En relación a la articulación con el sector privado, los emprendedores manifestaron la necesidad de generar alianzas con otras Pymes del mismo rubro que les permitiera poder intercambiar conocimientos y generar redes de apoyo y visibilidad. Finalmente, se consideró que es importante que desde el Estado se haga una fuerte campaña de sensibilización a la población sobre la necesidad de cuidar el medio ambiente y fomentar el uso de productos sostenibles.

6. Recomendaciones de políticas

Si bien a partir del trabajo de la coalición se ha logrado dar pasos importantes, aún hay mucho por hacer. Continuar y fortalecer los vínculos con distintos actores es crucial para mantener la visibilidad de estos emprendimientos, así como una adecuada integración al mercado. Las principales recomendaciones de política para apoyar estas empresas se basan en las necesidades y barreras que han encontrado los emprendedores en el proceso de implementación de sus empresas, así como en su inserción al mercado:

- i) El Perú está transitando hacia una economía verde, pero aún a un ritmo muy lento. Existe un grupo creciente de emprendedores que han tomado la iniciativa, a pesar de enfrentar barreras que podrían desalentar a otros, ellos han persistido en proponer negocios verdes. El resultado es variado y están participando de la comunidad [Economiaverde.pe](#). Reconocer que existe esta comunidad es un primer paso para empezar a generar espacios de diálogo que contribuyan a construir un entorno favorable para que emprendimientos y empresas que apuestan por una economía verde puedan crecer y generar los impactos positivos en la sociedad, economía y ambiente.
- ii) Entre las barreras que enfrentan los emprendimientos y empresas verdes se encuentra la falta de incentivos para promover el cambio hacia un consumo más responsable. Asimismo, los impuestos son altos, el acceso a financiamiento es muy complicado, aún no hay un entorno favorable y no se ubican proveedores que compartan el mismo enfoque. Es posible acortar el proceso de cambio si se proponen leyes e incentivos para conseguir una compensación por incorporar las externalidades, mejorar la articulación entre las empresas verdes, y crear las condiciones para que el financiamiento se oriente de manera positiva a los emprendimientos y empresas que apuestan por ser verdes.
- iii) [Economiaverde.pe](#) propone una comunidad para el diálogo, la articulación entre proveedores, y ser una caja de resonancia sobre las necesidades y oportunidades de sus miembros. Esta comunidad requiere de la articulación con otros procesos similares que están ocurriendo en el país como internacionalmente. Se ha iniciado el proceso de conexión entre iniciativas como Innovate Perú, Perú Responsable, el programa SCORE, entre otros programas e incentivos útiles para proveer a los miembros del Green Economy Coalition-Hub Perú. Estas oportunidades deberían crecer en el tiempo.

Referencias

- Fressoz, Jean-Baptiste (2013), "Payer pour polluer. L'industrie chimique et compensation des dommages environnementaux, 1800-1850." En: *Histoire & Mesure* 28 (2013): 145-186.
- Henderson, H., L. Long, y T. Nash (2018), "2018 Green Transition Scoreboard® Report: Capturing CO2 While Improving Human Nutrition and Health", Ethical Markets Media. En: <http://4a5qvh23tbek30e0mg42uq87.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2018/04/GTS-2018-Full-Report-1.pdf>
- Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (IIED) (2014), *Manual de Comercio y Economía Verde*, 3era edición, Ginebra: IIED – PNUMA.
- Meyer, Jan-Henrik (2017), "Who should pay for pollution? The OECD, the European Communities and the emergence of environmental policy in the early 1970s", en: *European Review of History: Revue européenne d'histoire*, 24:3, 377-398
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2012), *A guidebook to the green economy. Issue 1: green economy, green growth, and low-carbon development*. Nueva York: División para el Desarrollo Sostenible, UNDESA.
- Pearce, D. W., G. D. Atkinson and W.R. Dubourg (1994), *The Economics of Sustainable Development*, en: *Annual Review of Energy and the Environment*, 1994, 19: 457-74.
- Pearce, D., E. Barbier and A. Markandya (1989), *Blueprint for a Green Economy*, report to the Government of United Kingdom, London: LEEC
- Pearce, David, Anil Markandya y Edward Barbier (1989), *Blueprint for a Green Economy*"
- Pearce, David. "Green Economics." *Environmental Values* 1, no. 1. (1992): 3-13.
<http://www.environmentandsociety.org/node/5454>.
- Pérez, C. (2010), "Technological revolutions and techno-economic paradigms", en: *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 34, No.1, pp. 185-202
- PNUMA (2011), *Decoupling Natural Resource Use and Environmental Impacts from Economic Growth, A Report of the Working Group on Decoupling to the International Resource Panel*. París: PNUMA.
- UNCTAD. (2011). *The Road to Rio+20: For a development- led green economy. Issue 2*, November 2011.