

Alternativas estratégicas para el desarrollo de negocios verdes productivos del Caquetá (Colombia)

 **Parcival Peña Torres***

 **Claritza Marlés Betancourt****

 **Camilo Esteban Capera García*****

Fecha de recepción: 17 de junio de 2024

Fecha de aceptación: 31 de octubre de 2024

Para citar este artículo: Peña Torres, P., Marlés Betancourt, C., & Capera García, C. E. (2024). Alternativas estratégicas para el desarrollo de negocios verdes productivos del Caquetá (Colombia). *Universidad y Empresa*, 26(48), 1-24. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.14620>

Resumen

Objetivo: el artículo tiene como propósito identificar alternativas para el desarrollo de negocios verdes en las asociaciones productivas del municipio de Florencia (Caquetá, Colombia). **Metodología:** se empleó una investigación descriptiva con enfoque mixto que permitió la aplicación del FODA cualitativo y cuantitativo a una muestra de diez asociaciones agropecuarias de la región, como técnica que permite elaborar el diagnóstico organizacional y la correlación de estrategias para la población estudiada. **Resultados principales:** los resultados develan la integración de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; así como la definición de estrategias que repercuten de forma en el posicionamiento de las asociaciones. **Conclusiones:** en definitiva, son pertinentes estrategias como el mejoramiento en la eficiencia de la gestión de la cadena de suministro, el exigir el cumplimiento de estándares sostenibles por parte de los proveedores, la necesidad de reducir al mínimo el desperdicio y el impacto ambiental en todas las etapas del proceso productivo, al igual que la estructuración de un comité enfocado en la implementación de procesos de calidad y el diseño de estrategias de *marketing* para promover sus productos en mercados especializados en productos ecológicos.

Palabras clave: mercado verde; biocomercio; estrategia de desarrollo; planeación estratégica.

* Profesor de la Universidad de la Amazonia (Colombia). Correo electrónico: pa.pena@udla.edu.co

** Profesora de la Universidad de la Amazonia (Colombia). Correo electrónico: c.marles@udla.edu.co

*** Administrador de Empresas de la Universidad de la Amazonia (Colombia). Correo electrónico: c.capera@udla.edu.co

SWOT Analysis: Alternative for the Development of Green Businesses Productive in Caquetá – Colombia

Abstract

Objective: The purpose of this article is to identify alternatives for the development of green businesses in the productive associations of the municipality of Florencia-Caquetá. **Methodology:** Descriptive research with a mixed approach was used, which allowed the application of the qualitative and quantitative swot to a sample of ten agricultural associations of the region, as a technique that allows the elaboration of the organizational diagnosis and the correlation of strategies for the studied population. **Key Findings:** The results reveal the integration of strengths, opportunities, weaknesses and threats and the definition of strategies that directly impact the positioning of associations. **Conclusions:** In short, the relevance of strategies such as the improvement in the efficiency of supply chain management, the demand for compliance with sustainable standards by suppliers, the need to minimize waste and environmental impact at all stages of the production process, the structuring of a committee focused on the implementation of quality processes and the design of marketing strategies to promote their products in markets specialized in ecological products is evident.

Keywords: green market; biotrade; development strategy; strategic planning.

Alternativas estratégicas para o desenvolvimento de negócios verdes produtivos de Caquetá, Colombia

Resumo

Objetivo: identificar alternativas para o desenvolvimento de negócios verdes nas associações produtivas do município de Florencia, Caquetá, Colombia. **Metodologia:** foi utilizada pesquisa descritiva com abordagem mista, que permitiu a aplicação da swot qualitativa e quantitativa a uma amostra de 10 associações agrícolas da região, como técnica que permite a elaboração do diagnóstico organizacional e a correlação de estratégias para a população estudada. **Principais resultados:** os resultados revelam a integração de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças, e a definição de estratégias que têm impacto direto no posicionamento das associações. **Conclusões:** em suma, fica evidente a relevância de estratégias como a melhoria da eficiência da gestão da cadeia de suprimentos, a exigência de cumprimento de padrões sustentáveis por parte dos fornecedores, a necessidade de minimizar o desperdício e o impacto ambiental em todas as etapas do processo produtivo, a estruturação de um comitê voltado para a implementação de processos de qualidade e a elaboração de estratégias de marketing para promover seus produtos em mercados especializados em produtos ecológicos.

Palavras-chave: mercado verde; biocomércio; estratégia de desenvolvimento; planejamento estratégico.

Introducción

Los negocios verdes constituyen una tendencia global, a partir del desarrollo de la economía verde y la competitividad ambiental, que han transformado los sistemas de producción y comercialización de los productos y servicios, como iniciativas que pretenden responder a la necesidad de procesos productivos, distribución y consumo sostenibles (Díaz-Ariza et al., 2022). La expresión *negocios verdes* surge a partir del concepto de *economía verde*, desarrollado por Pearce et al. (1989), en su libro *Blueprint for a Green Economy*, en el cual proponen una política relacionada con el desarrollo sostenible, la producción y el consumo generado a partir del uso sostenible de los recursos. Por esto, representa una alternativa de sostenibilidad empresarial que motiva el desarrollo de productos y procesos que sustenten una mejor gestión de los recursos derivados de la naturaleza.

Los negocios verdes son una herramienta para el desarrollo sostenible que involucra prácticas amigables con el medio ambiente, promueve la responsabilidad social y ambiental e impulsa la innovación, con impactos directos en la competitividad comercial e industrial, a partir del desarrollo de productos verdes de mayor calidad, con una mejor relación con el entorno, que satisfacen necesidades de consumidores y de la sociedad en general (Granados, 2018; Cristancho et al., 2022). Por esto, los negocios verdes integran criterios como: la viabilidad económica del negocio, el impacto sobre los recursos naturales utilizados para la generación de bienes o servicios, el enfoque de ciclo de vida del producto, el empleo de sustancias no peligrosas, un sistema de control de residuos, la responsabilidad social empresarial en la cadena de valor, programas de comunicación de los beneficios de los productos y la planeación de prácticas sostenibles con el ambiente que generen reconocimiento social y ambiental de la empresa (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible [MADS], 2019).

En Colombia, los negocios verdes se clasifican en las categorías de bioproductos y servicios sostenibles, ecoproductos industriales y productos por la calidad ambiental (MADS, 2022). Desde el Gobierno nacional se impulsa el sector del comercio hacia el desarrollo de estrategias verdes como alternativa para mejorar la competitividad de los productos en los mercados internacionales, mediante el Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030, que propone líneas de acción desde las dimensiones social, ambiental y económica, y el

Programa de Transformación Productiva, como una estrategia para la internacionalización bajo principios de economía sostenible (Díaz-Ariza et al., 2019) y como una respuesta a los retos socioambientales actuales, que requieren innovación social y tecnologías acordes con los ecosistemas de economía social y solidaria que fomenten el uso correcto de los bienes derivados de la naturaleza (Tapia, 2017).

Uno de los grandes desafíos de los negocios verdes es la falta de alternativas de financiación que respalden sus actividades de investigación y desarrollo, con el fin de mejorar la competitividad y la productividad y alcanzar mejores mercados para sus productos (MADS, 2019). No obstante, el Gobierno nacional promueve la competitividad mediante elementos como la creación de sistemas de aprovechamiento de residuos regionales; el servicio sostenible para proveedores y consumidores; el uso de certificaciones ambientales, como el Sello Ambiental Colombiano; el fomento de espacios de comercialización regional, nacional e internacional; el desarrollo de plataformas públicas de información sobre bienes, servicios y proveedores sostenibles; la capacidad de investigación en centros, instituciones, fundaciones y empresas, y la búsqueda de iniciativas de producción y consumo sostenible (MADS, 2019).

Desde esa perspectiva, en Colombia se implementó la Política de Crecimiento Verde, cuyos fines son generar condiciones que promuevan nuevas oportunidades económicas basadas en la riqueza del capital natural; fortalecer los mecanismos y los instrumentos para optimizar el uso de recursos naturales y energía en la producción y en el consumo; plantear lineamientos en aras de constituir capital humano para el crecimiento verde; robustecer las capacidades de ciencia, tecnología e innovación, y mejorar la coordinación interinstitucional, la gestión de la información y el financiamiento, para la implementación de la Política de Crecimiento Verde a largo plazo (Departamento Nacional de Planeación, 2019).

Acorde con lo expuesto, el artículo tuvo como propósito identificar algunas alternativas estratégicas diseñadas para diez asociaciones agropecuarias que desarrollan actividades productivas enmarcadas en el campo de los negocios verdes, a partir de productos derivados de la naturaleza, de manera específica bienes y servicios sostenibles no maderables, ubicados en Florencia (Departamento del Caquetá, Colombia). El artículo se ha estructurado en cuatro componentes: 1) los referentes teóricos del biocomercio, los bienes sostenibles y la matriz FODA como herramienta de análisis; 2) la metodología de investigación, la cual

expone un enfoque mixto para una investigación descriptiva que utiliza la matriz FODA como técnica que permite, desde lo cualitativo y lo cuantitativo, elaborar el diagnóstico organizacional y proyectar alternativas estratégicas; 3) los principales hallazgos obtenidos en el estudio, los cuales reflejan la correlación de oportunidades y capacidades recurrentes que, 4) en la discusión y consideraciones finales, permiten concluir aspectos relevantes y prioritarios para este gremio productivo.

Revisión de literatura

Bienes y servicios sostenibles

La bioeconomía es una estrategia basada en la producción eficiente de recursos biológicos renovables para proporcionar alternativas de bienes y servicios con valor agregado para la satisfacción de necesidades en el entorno social (Hodson de Jaramillo et al., 2019; Vargas-Canales et al., 2023). La bioeconomía surgió como una alternativa para enfrentar la problemática ambiental generada por los modelos mundiales antropocéntricos de producción y consumo, y está evolucionando hacia una visión integral del desarrollo sostenible (Dieken et al., 2021) que propone atender desafíos relacionados con la gestión del medio ambiente, el crecimiento económico y la mitigación de problemas ambientales (Mougenot & Doussoulin, 2021), a efectos de convertir la bioeconomía en una herramienta indispensable para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (2018).

En la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro, en 1992, se reconoció el mercado de los bienes y servicios ambientales, para cumplir objetivos de conservación y desarrollo sostenible. En 1987, mediante el Informe Brundtland, se definió por primera vez el desarrollo sostenible, por el que se logra satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las futuras. Los bienes y servicios provenientes de los recursos naturales se basan en aquello que, durante su proceso de aprovechamiento, producción, transformación, comercialización y disposición, incorpora prácticas ambientales y garantiza tanto la conservación del entorno como de los recursos (Oficina Negocios Verdes y Sostenibles, 2014).

Por otra parte, los servicios ambientales son bienes que no se gastan o no se transforman en procesos; igual así, generan utilidades al consumidor, es decir, los servicios ambientales se basan en funciones ecosistémicas y los bienes ambientales que se emplean en diferentes actividades económicas (Uscanga Morales & Perevochtchikova, 2020).

Biocomercio

El biocomercio se basa en un conjunto de principios y criterios que buscan la promoción y la conservación de productos naturales nativos, en busca de reglamentar un uso comercial sostenible e incluyente hacia y de las poblaciones locales (Radice et al., 2020). Las categorías que conforman el biocomercio son: productos maderables, no maderables, productos derivados de la fauna silvestre, turismo de naturaleza (ecoturismo), recursos genéticos y productos derivados (Ortiz Rojas, 2018). El biocomercio surge a partir de la integración de la actividad económica y la biodiversidad, cuando se evalúa el impacto que generan las empresas sobre los ecosistemas y la dependencia de estas de los recursos naturales (Van den Burg & Bogaardt, 2014).

Desde el aspecto empresarial, el biocomercio permite crear un modelo de negocios y de cambio del conocimiento tradicional para generar una propuesta de valor a productos como emprendimientos, por ejemplo, en gestión de medidas arancelarias y el acceso a nuevos mercados (Rivero, 2020). Como alternativa económica, se emplea la biodiversidad de manera amigable, promoviendo el desarrollo sostenible (Primo, 2017), y para ello es necesario la integración de diferentes actores gubernamentales, no gubernamentales, empresas y sociedad, a efectos de que sean parte de la estructura del biocomercio y logren beneficios económicos para todas las partes involucradas (Dominati et al., 2014).

A partir de actividades de biocomercio se logra una mejor gestión de los recursos naturales y sus bienes, y desde la parte empresarial, un escenario óptimo para el acceso a servicios, créditos y mercados, por las características de los productos desarrollados, además del diseño y aplicación de políticas de acceso a nuevos mercados, como el uso sostenible de los recursos (Martínez Ludeña & Villanueva Quicaño, 2020).

Productos no maderables

Los productos no maderables son aquellos obtenidos mediante el aprovechamiento sostenible de la flora, diferentes a los productos maderables (resinas, aceites, oleorresinas, los utilizados para alimentación, productos farmacéuticos o industriales), estructuras vegetativas (tallos, hojas, raíces o yemas apicales) y partes reproductivas (nueces, frutos, aceites de semillas y semillas) (Barragán Rodríguez et al., 2022).

El producto no maderable se obtiene mediante el aprovechamiento sostenible de la flora (diferente al producto maderable); por lo tanto, es un bien de origen biológico, derivado de los bosques, de áreas forestales y de árboles fuera del bosque. Los productos forestales no maderables pueden recolectarse de manera silvestre o producirse en plantaciones forestales o sistemas agroforestales (MADS & ASOCARS, 2014).

Caquetá como un territorio productivo de productos no maderables

En los últimos años, Colombia ha estado a la vanguardia mundial del desarrollo bajo en carbono (Programa de Naciones Unidad Desarrollo, 2015) y uno de sus objetivos más ambiciosos es llegar a la deforestación neta cero en la Amazonía colombiana. Para lograr dicho objetivo, desde el Gobierno se piensa proporcionar a la población de la región amazónica colombiana otras oportunidades económicas sostenibles como alternativa a las actividades que incrementan la deforestación en el territorio.

En cuanto a la cadena de productos no maderables del bosque (PNMB) del Caquetá, se priorizaron las especies de asaí (*Euterpe precatoria*), canangucha (*Mauritia flexuosa*) y seje o milpesos (*Oenocarpus bataua* var. *Batua*). En la actualidad, se vienen desarrollando iniciativas locales con estas especies, mediante el aprovechamiento sostenible y acciones que permiten darle valor al bosque y evitar la tala indiscriminada. En el caso del Caquetá, la cadena de valor de la canangucha destaca en el proceso de aprovechamiento de PNMB (García et al., 2018).

La cadena de valor de PNMB en el Caquetá es diversa —frutales amazónicos, flores, follajes, palmas, resinas y productos medicinales— y es una actividad alternativa para el uso y aprovechamiento sostenible de los recursos del bosque, y en otro escenario, es una oportunidad para las familias campesinas con actividades agrícolas y pecuarias. Sobre la cadena de valor de los PNMB en el Caquetá, en la apuesta para el 2030 se acordó el establecimiento de sistemas agroforestales con especies amazónicas, según las diferentes especies ofrecidas por el territorio, a fin de lograr generar productos y subproductos con alto valor agregado, acorde con mercados nacionales e internacionales, así como con segmentos de nutrición animal, humana y aceites destinados a la industria cosmética, nutracéutica y farmacéutica (Food and Agriculture Organization, 2019).

Matriz FODA

La sigla FODA proviene de la sigla en inglés SWOT (*strenghts, weaknesses, oppotunities, threats*), que hace referencia a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Talcón, 2007). Es una herramienta para evaluar factores tanto fuertes como débiles y diagnosticar la situación interna de la organización, así como la situación externa, al identificar las oportunidades y amenazas. El análisis FODA (también conocido como DOFA o AODF) se considera unas de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica (Da Costa Junior et al., 2021), teniendo en cuenta que aporta una perspectiva general de la situación estratégica en una organización determinada (Sánchez-Alzate et al., 2020) y se utiliza en diferentes actividades, procesos, áreas específicas en las organizaciones en busca de la optimización de los recursos para mejorar los niveles de competitividad (León, et al., 2020), dentro de los cuales se encuentran: análisis costo-beneficio, *core competences*, análisis financiero, factores críticos de éxito, *total quality management*, análisis de precios, análisis de *stakeholders* y *benchmarking* (Nouri & Soltani, 2017; Pawliczek et al., 2015).

De acuerdo con lo expuesto, el análisis FODA es una herramienta esencial de diagnóstico organizacional que proporciona información relevante para elaborar un plan estratégico (Cukierman et al., 2021; Hill & Jones, 2015). Además, el FODA es un instrumento para organizar los recursos, las habilidades y las capacidades (fortalezas); superar debilidades; coordinar acciones para aprovechar las oportunidades, y protegerse contra futuras amenazas que permitan crear estrategias para una mayor comprensión de los ambientes internos

y externos con sus influencias holísticas que impactan la organización (Benzaghta et al., 2021; Hu, 2023; Islam et al., 2020).

Igualmente, Berisha Qehaja et al. (2017) concluyeron que el análisis FODA es la herramienta estratégica más aplicada en todas las empresas, indiferentemente de su tamaño, y se encuentra en la primera posición del *ranking* producto del metanálisis sobre uso de herramientas de gestión del periodo 1990-2015. Además, el análisis FODA es la de mayor aplicación en los países desarrollados, en desarrollo y en transición (tabla 1).

Tabla 1. Herramientas de gestión estratégica de mayor aplicación

Países desarrollados	Países en desarrollo	Economía en transición
1. Análisis foda	1. Análisis foda	1. Análisis foda
2. Benchmarking	2. <i>Benchmarking</i>	2. Métodos estadísticos y matemáticos
3. Key competencies	3. <i>Key competences</i>	3. Análisis de Porter
4. CUSAT	4. CUSAT	4. Análisis de cadena de valor
5. Factores críticos de éxito	5. Factores críticos de éxito	
6. Análisis de precios	6. Análisis de precios	
7. Costo-beneficio	7. Costo-beneficio	
8. Análisis de Porter	8. Análisis de Porter	
9. Análisis PEST	9. Análisis PEST	
10. Análisis "What if"	10. Análisis "What if"	

Fuente: tomado de Berisha Qehaja et al. (2017).

Metodología

El presente estudio corresponde a una investigación descriptiva con enfoque mixto y la aplicación de la técnica FODA desde los análisis cualitativos y cuantitativos (figura 1). La investigación cualitativa profundiza en aspectos específicos a través de métodos que permiten describir fenómenos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2020) y emplea datos cualitativos para mejorar la comprensión de este, sus relaciones y causas con una visión holística; en contraste, el enfoque cuantitativo logra una aproximación a la realidad estudiada a partir de la objetividad. Por eso, la información se recoge mediante variables, es sistematizada y procesada para obtener conclusiones (Valle Taiman, 2022).

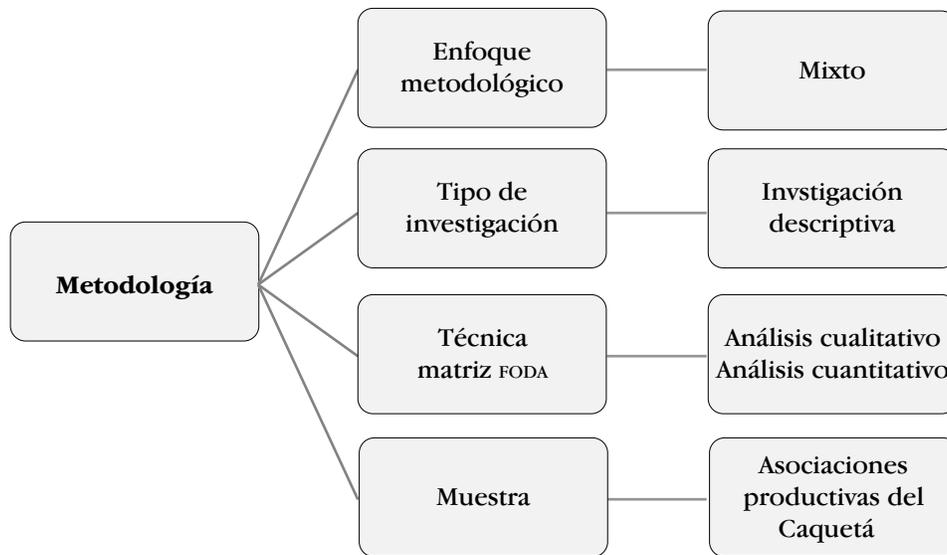


Figura 1. Diseño de la metodología

Fuente: elaboración propia.

En primera instancia, la investigación tuvo una fase de recopilación de datos, otra de análisis de datos y, finalmente, una fase de construcción del FODA. Para la recolección de datos se elaboró un instrumento estructurado en ocho secciones que abordaban los siguientes aspectos: caracterización de la organización, administración y operaciones (estructura orgánica), producción, comercialización, empleados, ventas, factores clave para el éxito y gerencia. Este surtió el proceso de validación por revisión de expertos y prueba piloto, previo a la respectiva aplicación para la recolección de datos.

La población objeto de estudio, comprendida como la totalidad del fenómeno adscrito al estudio o la investigación (Mucha-Hospinal et al., 2021), se basó en las asociaciones agropecuarias de Florencia (Caquetá) cuyas actividades económicas se derivan de la biodiversidad de la región y una muestra de asociaciones productivas del sector agropecuario (tabla 2), como el subconjunto representativo y finito, de donde se permiten extraer variables o fenómenos de la población (Arias, 2012).

Tabla 2. Asociaciones agropecuarias de Florencia (Caquetá)

Sigla	Razón social
Asocooemca	Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Caquetá
Agrosolidaria	Asociación de Prosumidores Agroecológicos-Agrosolidaria, seccional Florencia, Caquetá
Acamafrut	Asociación Departamental de Productores de Cacao y Especies Maderables del Caquetá
Acuica	Asociación de Acuicultores del Caquetá
Asoheca	Asociación de Reforestadores y Cultivadores de Caucho del Caquetá
Asmuech	Asociación de Mujeres Emprendedoras Cimientos del Hogar
Corcaraño	Corporación Ambiental para el Fomento del Turismo Rural Comunitario
Concaflor	Comité de Cultivadores de Cacao en Sistemas Agroforestales en el Municipio de Florencia

Fuente: elaboración propia.

Desde los enfoques de las escuelas estratégicas, como la prescriptivas, en 1965 se inicia la herramienta FODA, que surge con la escuela del diseño. En este sentido, los autores fortalecen el enfoque en las capacidades (Garrido & Mintzberg, 2017). Después de una serie de meditaciones, dieron origen a la escuela de planificación, con el uso de la matriz de Ansoff, para la implementación de iniciativas relacionadas con el mercado de productos (Calle Gómez et al., 2020). La matriz FODA permite elaborar el diagnóstico organizacional, logra un trazo preciso del posicionamiento de la organización y, a su vez, es una técnica de planificación estratégica que genera una perspectiva del estado en que se encuentra la organización y proyecta su desarrollo y crecimiento a corto, mediano y largo plazo (Ibarguen-Mosquera et al., 2019).

La aplicación del FODA construye dos análisis: primero, un análisis cualitativo, a partir del cual se sistematizan, seleccionan y priorizan las variables por temática estratégica, como liderazgo, producción, administración, internacionalización, exportación, logística y organización, que permitió construir la tabla 3. Segundo, un análisis cuantitativo, llevado a cabo por los representantes, los directivos, los administrativos, los de producción y los financieros, responsables de las asociaciones agropecuarias, expertos académicos y en la disciplina, quienes evaluaron las variables (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) con el siguiente criterio calificación: desde 1, como muy baja, hasta 7, muy alta influencia de la variables en el diagnóstico de las asociaciones.

Con la tabulación de las calificaciones, se identificaron los promedios ponderados más altos en cada uno de los cuadrantes FO, FA, DO y DA. Ello permite construir estrategias

futuras para las asociaciones agropecuarias del Departamento del Caquetá, teniendo en cuenta que su efectividad se debe implementar a través de planes detallados (Arrieta Jiménez et al., 2021).

Resultados

Para esta investigación se consideraron los factores internos (estructura organizacional, talento humano, aspectos financieros, productivos, capacidades como competencias, políticas y demás) para establecer las fortalezas y debilidades, y se analizaron los factores externos (contexto social, político, cultural, económico y legal), examinando de esta manera las oportunidades y amenazas. Es importante mencionar que los directivos de las asociaciones proporcionaron información precisa y detallada acorde a su experiencia, con perspectiva, coherencia y veracidad.

Las variables de estudio se seleccionaron en dos momentos: en el primero se efectuó la tabulación y selección de las variables de cada matriz FODA y en el segundo se creó la relación de la matriz FODA y el consolidado cualitativo. La matriz representa una visión global y tendencias de resultados del diagnóstico con relación estratégica. Se identificaron 28 variables orientadas al desarrollo y fortalecimiento del sector estudiado, priorizadas para la toma de decisiones (tabla 3).

Tabla 3. FODA: consolidado cualitativo

Ambiente	Fortaleza	Debilidad
Capacidades, habilidades y recursos internos	F1: Compromiso por parte de los productores	D1: Estandarización de procesos administrativos y estructura de la asociación
	F2: Planificación estratégica	D2: Administración y visión de las asociaciones
	F3: Capacidad amplia de producción instalada	D3: Estructuras y estrategias de mercadeo y promoción de los productos
	F4: Variedad y novedad de productos amazónicos	D4: Fuentes de capital y financiamiento
	F5: Disponibilidad y capacidad de talento humano en las asociaciones	D5: Establecimiento de normas y guías de control para regular las acciones de la asociación
	F6: Liderazgo y administración de las asociaciones	D6: Apropiación y conocimiento de los procesos en las asociaciones
	F7: Capacidad para adaptación de cambios del mercado y expansión a mercados internacionales	D7: Desarrollo de la calidad de los productos
	Oportunidades	Amenazas
Factores externos	O1: Tendencia del mercado orgánico/ecológico	A1: Inestabilidad en los mercados
	O2: Alianzas en la cooperación internacional	A2: Cambios en políticas gubernamentales
	O3: Demanda de los productos no maderables en el mercado	A3: Competencia potencial en el mercado
	O4: Potencial de diversificación y expansión de la producción	A4: Costos de producción
	O5: Colaboración estratégica para mejorar competitividad y liderazgo empresarial	A5: Salud y patologías en animales
	O6: Nuevas tecnologías para mejorar la producción y reducir costos	A6: Cambios en las preferencias del consumidor
	O7: Colaboración para fortalecer negocios y acceder a recursos compartidos	A7: Impactos ambientales

Fuente: elaboración propia.

A partir de la elaboración de la anterior matriz, se ratificaron las variables propuestas mediante el trabajo con los equipos de las asociaciones agropecuarias consultadas. El análisis se basó en cualificar y validar, para que de esta manera se lograra otorgar un promedio de cada variable con énfasis en las diferentes áreas producción, administración, directivo y financiero, según los cuadrantes cuantitativos: fortaleza vs. oportunidades (FO), fortalezas vs. amenazas (FA), debilidades vs. oportunidades (DO) y debilidades vs. amenazas (DA). En el taller de consenso se logró la evaluación y calificación de la correlación de FODA por parte de cada uno de los participantes, mediante un análisis no individual; por el contrario, fue el resultado promedio de las respuestas de cada uno de los participantes (tabla 4).

Tabla 4. Consolidado diagnóstico cuantitativo de las asociaciones agropecuarias

		Factores externos																
		Oportunidades							Amenazas									
		O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	Promedio	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	Promedio	
Consolidado		F1	4.75	5.25	5.25	4.75	2.5	3.75	4.25	4.36	1.8	2	5	2	2.5	2	6.25	3.07
		F2	5.5	6	6.5	5.5	6.25	5	5.5	5.75	3.5	2.25	5.5	5	1.3	4.75	5.75	4.00
		F3	6.25	6.25	6.5	6	4.5	4.25	5	5.54	4.3	1.5	6	4	1	3.25	5	3.57
		F4	5.25	5.25	6.25	5.25	4.25	4	6.5	5.25	4.8	1.25	6.5	3.25	1.3	6	6	4.14
		F5	5.25	6.5	5.5	5.5	5.75	6.25	6	5.82	3.5	3	5	4.25	1.3	3.5	5	3.64
		F6	6	5.5	6	6	5.25	6	6.5	5.89	3	3.25	4.5	4.75	1	4.25	5.5	3.75
		F7	6.5	6.5	6.25	5.75	5.5	6.25	6	6.11	4	2.75	5.25	4	1.5	4.5	5.25	3.89
		Promedio	5.64	5.89	6.04	5.54	4.86	5.07	5.68		3.54	2.29	5.39	3.89	1.39	4.04	5.54	
Factores internos		D1	6.25	5.54	5.11	5.89	4.61	5.39	4.43	5.32	2.6	1.82	5.21	5.89	2	5.39	5.14	4.01
		D2	6.5	5.75	6	6.5	4.5	5.75	6.25	5.89	1	2.5	5.25	4.25	1	1.75	2.5	2.61
		D3	6.75	5.5	6.75	7	5.25	5.75	6	6.14	6.3	2.25	5	6.25	2	4.25	5.75	4.54
		D4	6.75	3.25	5.75	6.25	4.25	6.25	5.25	5.39	3.5	2.75	5.5	4.75	1.3	4	5	3.82
		D5	3.75	4.5	4.5	4.5	2.75	3.5	2.75	3.75	1	1.5	3	2.75	1	2.5	3.5	2.18
		D6	4.5	3.75	5	3.75	5.5	4.75	4.5	4.54	2.3	2	2.5	2.5	1.5	1.75	3.5	2.29
		D7	6	4.75	5.25	4.25	3.75	4.25	4	4.61	3.8	2.25	5.75	5.5	1.5	5.25	5.5	4.21
		Promedio	5.79	4.72	5.48	5.45	4.37	5.09	4.74		2.90	2.15	4.60	4.56	1.47	3.56	4.41	

Fuente: elaboración propia.

La tabla 4 presenta la correlación de la matriz FODA en función del tema de estudio. Se estableció la pertinencia de las acciones que se van a desarrollar en los diferentes cuadrantes, valorando los promedios más altos en cada uno. En el cuadrante de fortalezas-oportunidades (FO-crecimiento), la fortaleza predominante fue F_7 : capacidad de adaptación en los mercados y expansión a mercados internacionales. Con relación a la oportunidad O_3 : demanda de los productos no maderables en el mercado, representa la mayor injerencia con la correlación de las siguientes acciones estratégicas: investigar en mercados internacionales o nacionales de acuerdo con los productos ofertados por las asociaciones productivas del municipio de Florencia orientados a los negocios verdes y generar alianzas con organismos nacionales e internacionales, para un mayor financiamiento o apertura de mercados. Al respecto, Santamaría-Quishpe y Cárdenas (2023) sostienen que, en este caso, son las estrategias de comercialización y distribución de los productos y acceso a sistemas de financiación para el mejoramiento procesos internos.

Del cuadrante relacionado con fortalezas-amenazas (FA-supervivencia), como fortaleza para contrarrestar las amenazas, se identifica F_4 : variedad y novedad de productos amazónicos, en comparación con las amenazas más significativas en el cuadrante A_7 : impactos ambientales. Los estudios prospectivos de ciencia, tecnología e innovación y estudios competitivos realizados en la Amazonía colombiana y el Departamento del Caquetá identifican como ubicación geoestratégica para el fortalecer y potenciar los negocios futuros en los contextos nacionales e internacionales con su campos estratégicos futurista como “ambiente, biodiversidad y desarrollo rural como el dinamizador e integrador en las diferentes estrategias comerciales del territorio” (Peña Torres et al., 2008; Polanco Polanco et al., 2009; Ríos Galeano et al., 2012). Las acciones estratégicas para esta correlación se orientan al diseño de estrategias de *marketing* y comunicaciones para el posicionamiento de los productos, el desarrollo de productos no maderables innovadores y la implementación de prácticas sostenibles en la cadena de suministros.

En el cuadrante que define debilidades y oportunidades (DO-adaptación) aparecen debilidades como limitantes para aprovechar las oportunidades, por ejemplo, la D_3 : estructuras y estrategias de mercadeo. De igual forma, al establecer las variables de menos impacto, se identifica DO y se establece la O_1 : tendencia de mercado orgánico/ecológico. Así mismo, se debe fortalecer la asistencia técnica en los procesos productivos con innovación en el mejoramiento del producto final (Santamaría-Quishpe & Cárdenas, 2023). Las estrategias

de adaptación que las asociaciones deben estructurar son: optimización de estrategias de mercadeo y promoción, implementación de programas de mejora de calidad y búsqueda de alianzas y negociaciones con proveedores.

Por último, el cuadrante definido como debilidades-amenazas (DA-salida), como la debilidad de mayor relevancia frente a las amenazas se identificó D_3 : estructuras y estrategias de mercadeo y promoción de los productos. La amenaza que se activa en el cuadrante DA es A_3 : potencial competencia en el mercado. Las estrategias diseñadas para la presente correlación consisten en establecer sistemas de seguimiento y evaluación para monitorear el desempeño y la eficiencia de los procesos administrativos y comercializar artículos sustentables y amigables con el entorno, a fin de promover un enfoque orgánico y ecológico en su diseño y divulgación.

Discusión

De acuerdo con el objetivo propuesto, esto es, identificar la alternativa para el desarrollo de negocios verdes en asociaciones productivas del Departamento del Caquetá, con dicho análisis, a partir de la matriz FODA, se posicionaron las empresas según las variables internas y externas que influyen en la organización, medidas a partir de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. El proceso se confirma con las investigaciones que han utilizado la matriz FODA, porque contribuyen a reducir o evitar impactos negativos a las organizaciones para una mayor convivencia con la sociedad (Gomes Júnior et al., 2020), a la vez que beneficia a los propietarios y directivos de las organizaciones, al definir las acciones estratégicas hacia el direccionamiento futuro frente a los ambientes turbulentos que cada día son más agresivos en el desarrollo del mercado (Vitale & Travnik, 2021).

La herramienta FODA es un instrumento fundamental para hacer una evaluación detallada del estado real de las organizaciones y sus áreas funcionales para la toma de decisiones frente al entorno (Méndez Barrera et al., 2023) y definir las acciones de crecimiento, adaptación, supervivencia y salida (León et al., 2020). Además, tiene aceptación y validación

universal en los ejercicios de planeación estratégica, porque diagnostica el contexto en el que se encuentra la organización (OCCMundial, 2021).

De acuerdo con las investigaciones de Berisha Qehaja y Kutllovci (2020), sobre la aplicabilidad de las herramientas de gestión estratégica, ubican el análisis FODA en el *ranking* de las más utilizadas en la gestión estratégica, la de mayor uso en los países desarrollados, seguida por los países en desarrollo y, en último lugar, en países con economía en transición. Así mismo, el FODA es la única técnica usada en todas las clasificaciones de las empresas y sectores, indiferentemente del volumen de producción y ocupa el primer puesto en la investigación sobre el uso de herramientas y técnicas de gestión estratégica (Berisha Qehaja et al., 2017).

La utilización de la herramienta del FODA permite a los proyectos asociativos mejorar la gestión en sus procesos administrativos, de producción, innovación y cualificación de los colaboradores internos y externos (León et al., 2020). La mayoría de las dificultades en las decisiones está en la subjetividad de los seres humanos; sin embargo, existen métodos y herramientas mediante los cuales aproximar la incertidumbre de eventos futuros alineados al pensamiento estratégico y los escenarios alejados de la turbulencia y complejidades (Bueno et al., 2020).

Conclusiones

A partir de los cuatro cuadrantes estudiados, se evidencian las siguientes estrategias: el primer cuadrante, que presenta las fortalezas y las oportunidades (FO), desarrolla estrategias con las cuales potenciar las fortalezas de la organización para aprovechar las oportunidades del entorno en que encuentra inmersa, a partir de la fortaleza F_7 : capacidad de adaptación en los mercados y expansión a mercados internacionales. Con relación a la oportunidad O_3 : demanda de los productos no maderables en el mercado, se formulan las estrategias con una orientación hacia el desarrollo permanente de investigaciones, a fin de identificar segmentos de mercados verdes que ayuden a mejorar el posicionamiento de los productos y generar aliados en estos nuevos entornos; también a llevar a cabo proyectos conjuntos y

colaborativos con organismos gubernamentales y mercados internacionales. En definitiva, las estrategias FO deben impulsar la creación de una red nacional o internacional de colaboración y expansión de productos no maderables.

El segundo cuadrante muestra la integración de fortalezas con amenazas (FA). Aquí las estrategias se enfocan en enfrentar las amenazas mediante el aprovechamiento de las fortalezas que posee la empresa; en este escenario se destaca la fortaleza F_4 : variedad y novedad de productos amazónicos, frente a la amenaza A_7 : impacto ambiental. La estrategia proyecta una mayor innovación en productos o servicios amazónicos con base en la sostenibilidad. Para dicho fin, dichas prácticas sostenibles deben implementarse en cada una de las actividades en la cadena de suministro.

En el tercer cuadrante se ubican las debilidades y oportunidades (DO), para reducir al mínimo las debilidades y optimizar las oportunidades del entorno. Se identifica la debilidad más representativa D_3 : estructura y estrategia de mercadeo, con relación a la oportunidad O_1 : tendencia de mercado orgánico/ecológico. Para ello, la estrategia proyectada consiste en generar programas enfocados en el mercado orgánico/ecológico, un mecanismo que ofrece mejores alianzas con proveedores y mercados regionales, nacionales e internacionales.

Por último, el cuarto cuadrante correlaciona debilidades y amenazas (DA) y está orientado a mitigar el impacto de las debilidades y las amenazas. La principal debilidad identificada es la D_3 : estructuras y estrategias de mercado y promoción de los productos, frente a la amenaza A_3 : potencial competencia en el mercado. Las estrategias diseñadas para la presente correlación deben orientarse al desarrollo de una estrategia de promoción efectiva que resalte los beneficios orgánicos y ecológicos de los productos elaborados por las organizaciones productivas.

En la formulación de estrategias para las asociaciones productivas del municipio de Florencia es patente la necesidad de inversión e investigación para el desarrollo de bienes y servicios como alternativa para mejorar la dinámica en mercados nacionales e internacionales. Para ello son necesarios proyectos conjuntos y colaborativos a partir de un comité encargado de construir programas orientados a mercados ecológicos y negocios verdes.

Es relevante propiciar espacios de articulación que generen alianzas nacionales e internacionales entre actores de orden público y privado, en búsqueda de consolidar los negocios verdes, enfocados en la cadena productiva y de suministros con base en la innovación y la eficiencia, y en el robustecimiento de los canales de comercialización para estos bienes y servicios. Los negocios verdes son una oportunidad para lograr consolidar bienes y servicios producidos de manera sostenible en el municipio de Florencia, centrados en producción limpia y responsable, que logre factores de rendimiento económico para la comunidad, como la conservación del ambiente.

Roles de contribución (taxonomía de CRediT)

Parcival Peña Torres: conceptualización; investigación (proceso de investigación); validación (verificación); redacción (documento original); y redacción (revisión y edición).

Claritza Marlés Betancourt: metodología (diseño y desarrollo); redacción (documento original); y redacción (revisión y edición).

Camilo Esteban Capera García: análisis formal (técnicas estadísticas, análisis de datos), e investigación (proceso de investigación).

Referencias

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.^a ed.). Fideas G. Arias Odón.

Arrieta Jiménez, V., Cervantes Borrero, Y. E., De la Cruz Lara, L. M., & López Cadena, D. M. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *Económicas CUC*, 42(2), 243-254. <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.2.2021.Ensy.1>

Barragán Rodríguez, J. E., Navas Castelblanco, L. D., Ramírez Serrano, S. D., & Rodríguez Roa, J. L. (2022). *Investigación de estrategias de factibilidad y viabilidad de los mercados verdes, para los sectores empresariales en Colombia* [tesis de especialización, Universidad Ean]. <http://hdl.handle.net/10882/11709>

- Benzaghta, M., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). swot analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55-73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Berisha Qehaja, A., & Kutllovci, E. (2020). Strategy tools in use: New empirical insights from the strategy-as-practice perspective. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 25(1), 145-169. <https://hrcak.srce.hr/file/347146>
- Berisha Qehaja, A., Kutllovci, E., & Shiroka Pula, J. (2017). Strategic management tools and techniques: A comparative analysis of empirical studies. *Croatian Economic Survey*, 19(1), 67-99. <https://doi.org/10.15179/ces.19.1.3>
- Bueno, W. P., Benítez, G. B., Fernández, E. da S., & Godoy, L. P. (2020). Fuzzy in lean to evaluate the decision degree. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 17(1), 4-23. <https://doi.org/10.25112/rgd.v17i1.1696>
- Calle Gómez, M. A., Gurumendi España, I. E., & Calle Prado, M. A. (2020). Planeación estratégica aplicada a profesionales de la medicina y la jurisprudencia. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 83-89. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1560>
- Cristancho, M. A., Cuenca, L., Quiñonez, I., & Figueroa J. (2022). Comercio ecológico certificable, un análisis desde el biocomercio, el comercio justo y los negocios verdes para Colombia: Comercio ecológico certificable. *Revista Perspectivas*, 7(22), 122-145.
- Cukierman, U., Silvestri, S., Dellepiane, P., Mereles, D., Obezzi, M., Espinosa, M., & Vivone, M. (2021). *Análisis FODA de las realidades extendidas como recurso para la modalidad virtual*. Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions (Laccei). <https://doi.org/10.18687/LACCEI2021.1.1.398>
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Política de Crecimiento Verde* [Documento Conpes 3934 de 2018]. <https://2022.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/Pol%C3%ADtica%20CONPES%203934/Resumen%20Pol%C3%ADtica%20de%20Crecimiento%20Verde%20-%20diagramaci%C3%B3n%20FINAL.pdf>
- Díaz-Ariza, D. M., García-Castiblanco, C. P., & Pinzón Muñoz, C. A. (2019). Programas gubernamentales para la internacionalización de las empresas: Una reflexión desde el caso del sector de cosméticos y productos de aseo en Bogotá. *Innovar*, 29(71), 69-78. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n71.76396>
- Díaz-Ariza, D., García, C., Céspedes, A., & Aguilar, E. (2022). Negocios verdes en Colombia: Apoyo gubernamental y desempeño financiero. *En-Contexto: Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 10(16), 293-315. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8753174>

- Dieken, S., Dallendörfer, M., Henseleit, M., Siekmann, F., & Venghaus, S. (2021). The multitudes of bioeconomies: A systematic review of stakeholders' bioeconomy perceptions. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1703-1717. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.006>
- Dominati, E. J., Robinson, D. A., Marchant, S. C., Bristow, K. L., & Mackay, A. D. (2014). Natural capital, ecological infrastructure, and ecosystem services in agroecosystems. *Encyclopedia of Agriculture and Food Systems*, 4, 245-262. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780444525123002436?via%3Dihub>
- Da Costa Júnior, J. F., Bezerra, D. D. M. C., dos Santos Cabral, E. L., Moreno, R. C. P., & Pires, A. K. S. (2021). A matriz swot e suas subdimensões: Uma proposta de inovação conceitual. *Research, Society and Development*, 10(2). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12580>
- Food and Agriculture Organization. (2019). *Plan integral de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial: Departamento del Cesar*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social.
- García, M., Charry, A., Jager, M., Hurtado Bermúdez, J. J., Rosas Sandoval, G., Ramírez, U.,... & Quintero, M. (2018). *Estrategia sectorial de la cadena de productos no maderables del bosque en Caquetá, con enfoque agroambiental y cero deforestaciones*. CIAT.
- Garrido, J., & Mintzberg, H. (2017). *Pensamiento estratégico*. Deusto.
- Gomes Júnior, A. de A., Oliveira, V. M. de, Lira, A. de A. R., & Correia, S. Érica N. (2020). Criação de valor compartilhado e negócios sociais: Explorando relações entre estratégias e dimensões. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 17(1), 24-48. <https://doi.org/10.25112/rgd.v17i1.1999>
- Granados, J. (2018). *Evaluación de la estrategia de implementación de negocios verdes en Colombia en el periodo 2005-2015* [tesis de grado, Fundación Universidad de América]. <https://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/6627>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education.
- Hill, C., & Jones, G. (2015). *Administración estratégica: Teoría y casos, un enfoque integral*. Cengage Learning México.
- Hodson de Jaramillo, E., Henry, G., & Trigo, E. (Eds.). (2019). *La bioeconomía: Nuevo marco para el crecimiento sostenible en América Latina*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8366/BVE190403022e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hu, S. (2023). Design of a swot analysis model and suggestions for e-HRM adoption. En *Encyclopedia of information science and technology* (6.^a ed., pp. 1-14). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7366-5.ch022>

- Ibarguen-Mosquera, Y. Y., Rueda-Sánchez, L. K., & García-Caicedo, A. M. (2019). Análisis de la estructura organizacional del consultorio Innovadental a partir de la matriz DOFA. *Ploutos*, 9. <https://doi.org/10.21158/23227230.v9.n0.2019.2645>
- Islam, M., Akter, L., Kanak Pervez, A., Nur Nabi, M., Momin Uddin, M., & Arifin, Z. (2020). Application of combined SWOT and AHP for strategy development: Evidence from pottery industry of Bangladesh. *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*, 10(1), 81-94. <https://doi.org/10.18488/journal.1005/2020.10.1/1005.1.81.94>
- León, R., Gallegos, M., Vallejos, M., Guerrero, W., & Acosta, B. (2020). Herramientas gerenciales: usos, beneficios y dificultades en su implementación en organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 17(2), 3-31. <https://doi.org/10.25112/rgd.v17i2.2014>
- Martínez Ludeña, R. M., & Villanueva Quicaño, D. F. (2021). *Análisis de la gestión colaborativa entre las ONG de asistencia técnica y las asociaciones de pequeños productores rurales en el biocomercio del Perú* [tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18260>
- Mucha-Hospinal, L., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M., & Alania-Contreras, R. (2021). Evaluación de procedimientos para determinar la población y muestra: Según tipos de investigación. *Desafíos*, 12(1), 50-57. <http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/253e>
- Méndez Barrera, M., Hernández Hernández, K., Rodríguez Ibarra, M. S., & Barrón Villaverde, D. (2023). Aplicación de la herramienta FODA: Caso de estudio en un negocio de la industria restaurantera. *Ciencia Nicolaita*, (88). <https://doi.org/10.35830/cn.vi88.639>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS). (2019). *Los negocios verdes y sostenibles en Colombia*. Sena. https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/11404/2706/1/negocios_verdes.pdf
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS). (2022). *Actualización Plan Nacional de Negocios Verdes*. <https://biocomerciosostenible.org/negocios-verdes/2555-2-2/>
- Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS), & Asociación de Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible (Asocars). (2014). *Programa Nacional de Mercados Verdes. Región Amazonia*. https://archivo.minambiente.gov.co/images/NegociosVerdesysostenible/pdf/programas_negocios_verdes/ProgramaRegionalNegociosVerdesCentral.pdf
- Naciones Unidas. (2018). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf

- Mougenot, B., & Doussoulin, J. P. (2021). Conceptual evolution of the bioeconomy: A bibliometric analysis. *Environment, Development and Sustainability*, 24, 1031-1047. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01481-2>
- Nouri, B. A., & Soltani, M. (2017). Analyzing the use of strategic management tools and techniques between Iranian firms. *Academy of Strategic Management Journal*, 16(1), 1-18. <https://www.proquest.com/openview/3221dd3f99ca9ae6347dfcd221a92195/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38745>
- OCCMundial. (2021). ¿Qué es un análisis FODA, cómo se hace, para qué sirve? <https://www.occ.com.mx/blog/tag/foda/>
- Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles. (2014). *Plan Nacional de Negocios Verdes*. Ministerio de Ambiente, Dirección de Asuntos Ambientales Sectorial y Urbana.
- Ortiz Rojas, D. (2018). *El biocomercio en Colombia: Una alternativa de gestión ambiental con beneficios sociales y económicos* [tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/42642>
- Pawliczek, A., Meixnerová, L., & Navrátilová, D. (2015). Influential analysis of selected management tools on economic value added based on difference analysis method. *International Business Management*, 9(6), 1249-1256.
- Pearce, D., Markandya, A., & Barbier, E. (1989). *Blueprint for a green Economy*. Taylor & Francis Group.
- Peña Torres, P., Gabriel, R. G., & Manuel, E. L. (2008). *Desarrollo territorial de oportunidades y capacidades para el Departamento del Caquetá hacia el año 2025*. Gobernación del Caquetá.
- Polanco Polanco, N., Rosas Sandoval, G., Buritica Bermedo, F., & Peña Torres, P. (2009). *Plan departamental de competitividad Caquetá 2032*. Cámara de Comercio-Gobernación del Caquetá y Alcaldía de Florencia. <https://studylib.es/doc/8053040/plan-regional-de-competitividad-florencia-%E2%80%93-caquet%C3%A1>
- Primo, W. (2017). Biocomercio: Oportunidad de desarrollo empresarial. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 27, 107-124. <https://doi.org/10.5209/CESE.57373>
- Programa de Naciones Unidas Desarrollo. (2015). *Indicadores de Desarrollo Humano y Cuadros Temáticos*. <http://hdr.undp.org/es/data>
- Radice, M., Scalvenzi, L., & Gutiérrez, D. (2020). Etnofarmacología, bioactividad y fitoquímica de *Maxillaria densa* Lindl: Revisión científica y biocomercio en el neotrópico. *Colombia Forestal*, 23(2), 20-33. <https://doi.org/10.14483/2256201X.15924>
- Ríos Galeano, G., Peña Torres, P., Espinosa, L. M., & Betancourt, C. M. (2012). *Plan Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación del Caquetá*. Editorial Universidad de la Amazonia. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-caqueta.pdf>

- Rivero, A. J. (2020). Importancia empresarial, técnica y normativa de la generación de un ecosistema de investigación en modo pull para ingredientes naturales oriundos del Perú con enfoque en biocomercio. *Científica*, 15(3), 31-47. <https://revistas.cientifica.edu.pe/index.php/cientifica/article/view/804>
- Sánchez-Alzate, J. A., Viana-Rua, N. E., Pino-Martínez, A. A., & Gómez-Navarro, R. M. (2020). Vigencia de los conceptos, métodos, herramientas y matrices de la planeación estratégica: Una revisión bibliográfica. *Revista Modum*, 2, 189-204. https://revistas.sena.edu.co/index.php/Re_Mo/article/view/3030/3538
- Talacón, H. P. (2007). La matriz FODA: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12(1), 113-130. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Tapia, A. (2017). New transformative economies. *Revista Vasca de Economía Social*, (14), 7-60. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/46823/19505-78435-1-PB.pdf>
- Santamaría-Quishpe, G. P., & Cárdenas, M. M. (2023). La asociatividad en las organizaciones textiles del cantón Latacunga. *Revista de Investigación Sigma*, 10(1). <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/2917>
- Uscanga Morales, L. A., & Perevochtchikova, M. (2020). De pago por servicios ambientales hidrológicos a fondos concurrentes: Estudio de percepción social en una comunidad forestal de Oaxaca, México. *Sociedad y Ambiente*, (23), 1-31. <https://doi.org/10.31840/sya.vi23.2161>
- Valle Taiman, A. (2022). *La investigación descriptiva en enfoque cualitativo en educación*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182854>
- Van den Burg, S. W. K., & Bogaardt, M. J. (2014). Business and biodiversity: A frame analysis. *Ecosystem Services*, 8, 178-184. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212041614000333>
- Vargas-Canales, J. M., Orozco-Cirilo, S., García-Melchor, N., Medina-Cuéllar, S. E., & Camacho-Vera, J. H. (2023). Tendencias de la bioeconomía en la búsqueda de un modelo económico sustentable. *Acta Universitaria*, 33. <https://doi.org/10.15174/au.2023.3920>
- Vitale, N. B., & Travnik, C. (2021). *Análisis FODA de una institución total* [ponencia]. XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVIII Jornadas de Investigación. XVII Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. III Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. III Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología. <https://www.academica.org/000-012/886>