

El biocomercio de ingredientes cosméticos colombianos como oportunidad para el aprovechamiento del tratado de libre comercio con Corea del Sur

Biotrade of Colombian Cosmetic Ingredients as an Opportunity to Harnessing the Free Trade Agreement with South Korea



>>> **Angela María Vanegas Pérez**
Universidad EAFIT, Colombia
avaneg10@eafit.edu.co

Resumen

Con 16 acuerdos comerciales suscritos y a 3 décadas del inicio de la apertura económica, Colombia enfrenta importantes desafíos para alcanzar los resultados esperados con la integración económica. Diversificación del portafolio exportador, participación en cadenas globales de valor y la dinamización de la economía siguen siendo propósitos en desarrollo. Comprendiendo que las nuevas tendencias de producción y consumo son determinantes en el acceso efectivo a mercados internacionales, este artículo plantea como objetivo indagar sobre las oportunidades del Biocomercio como mecanismo para facilitar la inserción de la oferta nacional en la industria de la belleza y el cuidado de la piel en Corea del Sur. En cinco acápites, este artículo refiere el estado actual de la balanza comercial con Corea del Sur, las ventajas comparativas de Colombia en materia de ingredientes naturales derivados de la biodiversidad, los desarrollos normativos en materia de Biocomercio, las características de las certificaciones voluntarias como herramientas de competitividad, y un acercamiento a las condiciones de la oferta nacional. Las conclusiones destacan la importancia de la sostenibilidad en el mercado de destino, las brechas que subsisten en la política pública nacional y la necesidad de desplegar estrategias integrales para la facilitación del aprovechamiento de los acuerdos comerciales.

Palabras clave

Biocomercio, acuerdos comerciales, certificaciones voluntarias

Abstract

With 16 trade agreements signed and after 3 decades of the economic opening, Colombia faces important challenges to achieve the expected results with economic integration. Diversification of the export portfolio, participation in global value chains and the revitalization of the economy continue to be goals in development. Understanding that new production and consumption trends are decisive in the effective access to international markets, this article proposes to inquire about the opportunities of Biotrade to serve as a mechanism to facilitate the insertion of national offer in the beauty and skin care industry in South Korea. In five sections, this article refers to the current state of the trade balance with South Korea, Colombia's comparative advantages in terms of natural ingredients derived from biodiversity, regulatory developments in Biotrade, the characteristics of voluntary certifications as competitiveness tools, and an approach to the conditions of the national offer. The conclusions highlight the importance of sustainability for the destination market, the remaining gaps in national public policy, and the need to deploy comprehensive strategies to facilitate the harnessing of trade agreements.

Key words

Biotrade, trade agreements, voluntary certification

Introducción

Las relaciones entre el desarrollo económico y la sostenibilidad fueron percibidas durante años como pugnas dirigidas por intereses contradictorios. No obstante, la interdependencia que subyace la relación entre los negocios y conservación de la biodiversidad como elementos funda-

mentales para la subsistencia de la raza humana y la satisfacción de sus necesidades físicas, sociales y materiales, ha conllevado una nueva comprensión de su interacción. En la actualidad, las tendencias de producción y consumo han determinado condiciones de acceso a mercado que se sustentan en la promoción de la sostenibilidad como mecanismo para el posicionamiento competitivo de las empresas.

En este mismo escenario, las dinámicas de la liberalización y las cadenas globales de valor han hecho que la especialización y el aprovechamiento de ventajas comparativas se conviertan en factores determinantes para el abastecimiento de mercados. Respondiendo a las lógicas instituidas por la oferta y la demanda, así como los intereses y capacidades de negociación de los Estados, los acuerdos comerciales se consolidan como herramientas necesarias para establecer lazos de reciprocidad con aliados estratégicos y la consecución de su mayor desarrollo económico.

En el caso de Colombia, los intentos por tomar ventaja de las oportunidades existentes en mercados globales y contribuir al progreso del país han motivado la suscripción de un número importante de acuerdos comerciales que, a la fecha, siguen reclamando atención no solo en lo que respecta a la identificación de las fortalezas y desafíos a nivel interno, sino también debido a la necesidad de profundizar en el conocimiento sobre los requerimientos y características de los mercados priorizados.

Con base en lo expuesto y partiendo de investigaciones previas en las cuales se ha sugerido que Colombia podría aprovechar sus ventajas comparativas a partir de la producción de ingredientes naturales que sirvan de insumos en la industria de la belleza y el cuidado personal en Corea del Sur, así como los hallazgos respecto a los particulares requerimientos de este mercado en materia de sostenibilidad, este artículo profundiza en el análisis del biocomercio como mecanismo para facilitar la inserción de la oferta nacional en dicho destino.

A partir de los resultados obtenidos de revisiones documentales, una entrevista semiestructurada y rastreo de prensa, el documento presenta una descripción general del estado del biocomercio en Colombia, las condiciones de las empresas nacionales, sus retos y oportunidades para participar en la cadena de cosméticos del mercado surcoreano. Dividido en cinco acápite, este artículo refiere el estado actual de la balanza comercial con Corea del Sur, las ventajas comparativas de Colombia en materia de ingredientes naturales derivados de la biodiversidad, los principales desarrollos normativos en materia de Biocomercio, las características generales de las certificaciones voluntarias como herramientas de competitividad, y un breve acercamiento a las condiciones de la oferta nacional.

Antecedentes: apertura económica y balance del acuerdo comercial con Corea del Sur

Colombia mantuvo desde 1950 y hasta comienzos de la década de los años noventa un régimen de política proteccionista de control sobre los flujos de las importaciones (Balcazar, Vargas, & Orozco, 1998). En octubre de 1990 el Gobierno inició la liberalización de la economía nacional mediante la incorporación de reformas para la reducción de las barreras arancelarias y la promoción de las exportaciones (Balcazar et al., 1998; Herrera Camargo, 2013; Ramoni Perazzi & Orlandoni Meli, 2017)

A casi 30 años del inicio de la apertura económica del país, la oferta exportadora se ha expandido de manera incipiente hacia nuevos mercados priorizados y persisten grandes desafíos para fortalecer de manera

adecuada los sectores de valor agregado (Coronel-López, Danna-Buitrago, & Mercado-Suárez, 2019). Aun con dieciséis acuerdos comerciales en vigor, los intentos por diversificar el portafolio exportador, insertarse en otros mercados, participar de cadenas globales de valor y dinamizar la economía, no han sido plenamente alcanzados.

La especialización del país en la producción de bienes tradicionales y sin valor agregado, ha llevado a la concentración de la oferta exportable en el sector primario de la economía y el poco aprovechamiento de las ventajas comparativas en detrimento de la industria (Coronel-López et al., 2019; Ramoni Perazzi & Orlandoni Meli, 2017). Por ello, con el propósito de facilitar el posicionamiento internacional, el Gobierno Nacional ha fortalecido sus estrategias de inserción global mediante políticas que promueven el valor agregado y el desarrollo agroalimentario y agroindustrial del país. Esto, a partir de la creación de negocios basados en el aprovechamiento de la biodiversidad y los recursos genéticos, la innovación, la investigación y la biotecnología (DNP, 2010; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2013, 2014a, 2016a).

Estudios de factibilidad desarrollados de manera previa a la suscripción de los acuerdos comerciales revelan que Colombia ostenta ventajas comparativas que deben transformarse en herramientas de competitividad para lograr los propósitos anunciados con la apertura económica (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018; Reina, Salamanca, & Forero, 2009). Lo anterior ya que aun cuando el país logró posicionarse en algunos mercados internacionales con materias primas como el café, el banano y las flores, desde el año 2007 la balanza de exportaciones continúa dependiente de los productos tradicionales y minero-energéticos (Coronel-López et al., 2019).

Aunado a los hallazgos de los estudios de factibilidad, investigaciones previas permiten afirmar las oportunidades de Colombia como proveedor de otros mercados (Coronel-López et al., 2019; Calle-Saldarriaga, Jiménez & Vanegas, 2019). En Asia, por ejemplo, se identifican oportunidades en mercados como Corea del Sur, quien ha buscado profundizar sus relaciones comerciales con aliados estratégicos para el desarrollo de industrias que no pueden autosatisfacer sus necesidades en insumos agro (OECD, 1999; Dinero, 2014; Vega, 2017; Hopkinson, 2018; Calle Saldarriaga, Jiménez Ospina, & Vanegas Pérez, 2019).

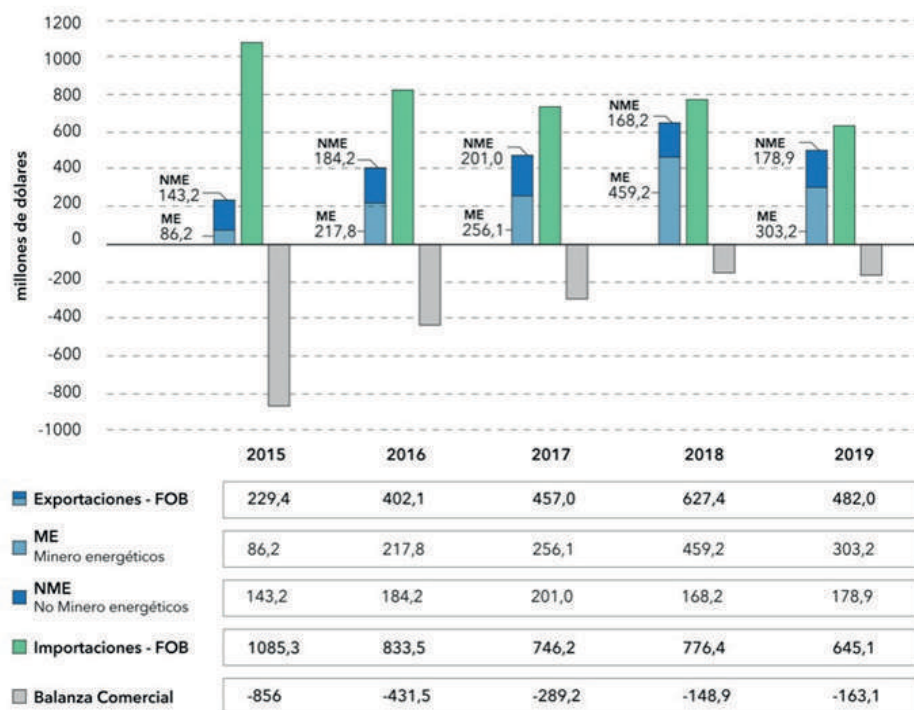
En este escenario, la diversidad biológica del país representa importantes oportunidades para insertarse en las cadenas productivas y de valor del mercado surcoreano (materias primas, bienes agroindustriales o productos intermedios y productos terminados), particularmente en aquellas industrias en las cuales los productos derivados de la biodiversidad tienen una especial demanda, como es el caso de la industria de la de la belleza y el cuidado personal (Bishop & Evison, 2010; Dinero, 2014; El Tiempo, 2017; Mejía Zapata, 2018; Calle Saldarriaga et al., 2019) esta manifestación influye sobre tendencias y hábitos de consumo en materia del cuidado de la piel. En este artículo se realiza un análisis de las particularidades del sector cosmético surcoreano con el objetivo de realizar una contribución académica al estudio de una de las industrias más dinámicas e innovadoras del mundo. Dicha caracterización es de particular importancia toda vez que en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC).

Para 2020, a casi cuatro años de la entrada en vigor del acuerdo entre Colombia y Corea del Sur, pese a que se reportaba diversificación en la

¹ El top 10 en 2019 muestra que las exportaciones siguen estando lideradas por los productos minero-energéticos —el 60,13% correspondiente a 23.750 millones de dólares— y las materias primas tradicionales como banano, café y flores —el 9,82% para un total de 3.878 millones de dólares— (Trademap, 2019).

oferta exportadora con el ingreso de ochenta y ocho nuevos productos al mercado extranjero, la balanza comercial durante este periodo se ha mantenido deficitaria y dependiente de la exportación de bienes tradicionales y minero-energéticos (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019; Trademap, 2019).

Figura 1. Comercio bilateral entre Colombia y Corea del Sur 2015 - 2019



Fuente: Elaboración propia con base en información de Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019.

A la fecha, este mercado extranjero no ha logrado posicionarse como uno de los principales destinos de los productos nacionales. En 2019, las exportaciones a Corea del Sur representaron 1,22% del valor total de las exportaciones colombianas. Si bien la variación que se presenta en el acceso al mercado es positiva con respecto a los totales reportados antes de la entrada en vigor del acuerdo —en el año 2015 el valor de las exportaciones a Corea del Sur representaba 0,64% del total nacional—, para 2019 la participación disminuyó en relación con 2018, cuando el porcentaje correspondiente a las exportaciones a Corea del Sur fue de 1,50% (Trademap, 2019).

De las exportaciones colombianas no minero-energéticas a Corea del Sur que involucran recursos de la biodiversidad con el potencial de servir como insumos en la formulación de cosméticos en la industria de la belleza y el cuidado personal se destacan dos categorías: los bienes agropecuarios (materias primas) y los alimentos procesados y productos agroalimentarios. Con relación a los bienes agropecuarios, se reporta una disminución en el porcentaje de participación de estos productos en las exportaciones totales de Colombia a Corea del Sur en los años posteriores a la entrada en vigor del acuerdo (ver tabla 1). En 2015, las exportaciones de productos agro representaban 34,76% del total a este país, mientras

que en 2019 la cifra llegó a 21,98%. Lo anterior muestra que las exportaciones agropecuarias a Corea del Sur no han crecido al mismo ritmo que las exportaciones del resto de productos.

En la categoría de alimentos procesados y productos agroalimentarios, la participación en el total de las exportaciones nacionales a Corea del Sur ha disminuido igualmente. En 2015, 1,27% de las exportaciones totales a dicho mercado correspondía a productos incluidos en esta categoría. La cifra llegó a 0,96% en 2019 después de reportar 0,39% en 2018. Contrario al comportamiento de las exportaciones colombianas a dicho mercado, las importaciones de Corea del Sur en alimentos procesados y productos agroalimentarios ha incrementado en los últimos años, pasando de 2,87% en el año 2015 a 3,12% en el 2019 (Trademap, 2019). Esto indica que, pese a las oportunidades identificadas, persisten grandes retos para lograr el aprovechamiento del acuerdo comercial con Corea del Sur² con la inserción de productos derivados de la biodiversidad nacional.

Tabla 1. Exportaciones de Colombia a Corea del Sur*

Productos	Valor en 2015	Participación 2015	Valor en 2016	Participación 2016	Valor en 2017	Participación 2017	Valor en 2018	Participación 2018	Valor en 2019	Participación 2019
Total exportación Colombia - Corea del Sur	229.363	100,00%	402.062	100,00%	457.039	100,00%	627.432	100,00%	482.030	100,00%
Alimentos procesados y productos agroalimentarios	2.905	1,27%	3.055	0,76%	2.479	0,54%	2.477	0,39%	4.611	0,96%
Productos agropecuarios y pesca	79.723	34,76%	101.265	25,19%	103.726	22,70%	97.348	15,52%	105.948	21,98%
Otros productos	146.735	63,98%	297.742	74,05%	350.834	76,76%	527.607	84,09%	371.471	77,06%

Fuente: Elaboración propia a partir de TradeMap, 2019.

*Cifras en miles de dólares americanos.

Tabla 2. Valor de exportaciones*

Productos	Valor en 2015	Valor en 2019	Variación en porcentaje 2015-2019
Total exportación Colombia - Corea del Sur	229.363	482.030	110,16%
Alimentos procesados y productos agroalimentarios	2.905	4.611	58,73%
Productos agropecuarios y pesca	79.723	105.948	32,90%
Otros productos	146.735	371.471	153,16%

Fuente: Elaboración propia a partir de TradeMap, 2019.

*Cifras en miles de dólares americanos.

² De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe —CEPAL— 2012, al aprovechamiento de acuerdos comerciales hace referencia a la integración o complementariedad comercial entre dos o más países en el marco de la vigencia de un acuerdo. Esta integración ocurre con los procesos de internacionalización (Martynoga y Jankowska, 2017) en donde, a través de relaciones complementarias, se promueven exportaciones de bienes nacionales, se gestan acuerdos de cooperación y se crean alianzas estratégicas para la participación en cadenas globales de valor.

Finalmente, en cuanto a las oportunidades reconocidas en la industria de la belleza y el cuidado personal en Corea del Sur, debe considerarse que los altos y competitivos estándares están determinados no solo por las demandas de los consumidores exigentes y educados de este mercado, sino por los rápidos ciclos de producción, los avances tecnológicos y las regulaciones ambientales y éticas que fijan requerimientos particulares para la comercialización de productos, especialmente cuando se trata de aquellos derivados de la biodiversidad (Calle Saldarriaga et al., 2019; Euromonitor, 2020a; MFDS, 2019). Para la oferta colombiana, lo anterior implica que la velocidad con que pueda adaptarse la producción nacional a las demandas del mercado de destino impacta en gran medida las oportunidades para el aprovechamiento del acuerdo comercial.



Biodiversidad: ventajas comparativas de Colombia

Su posición geográfica, acceso a fuentes hídricas y frontera agrícola, permiten que Colombia cuente con importantes ventajas comparativas y un gran potencial bioeconómico (Biointropic, 2018; Coronel-López et al., 2019; Rangel, 2005). Como el segundo país del planeta con mayor diversidad en flora y fauna, Colombia atesora 10% de la biodiversidad del mundo y un estimado de más de 60.000 especies, de las cuales 6.383 plantas son endémicas (Instituto Alexander Von Humboldt, 2018). En el contexto internacional, este portafolio tiene un gran valor estratégico y comercial ya que se erige como la espina dorsal y el sustento material para el desarrollo de industrias como la salud, la biotecnología y el sector agropecuario (Decisión 391, 1996; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014b, 2014a; Rangel, 2005).

Aprovechar el potencial mencionado, participar competitivamente en los mercados internacionales y contribuir al progreso socioeconómico del país, demanda una investigación integral de la biodiversidad. Ciertamente, tras veinticinco años de trabajo para fortalecer la producción y difusión de conocimiento relevante sobre la biodiversidad, el Instituto Alexander von Humboldt ha publicado más de doscientos ochenta libros, doscientos noventa artículos científicos y creado dieciocho plataformas digitales para la sistematización de información sobre la diversidad nacional. No obstante, se afirma que aún se desconoce gran parte de su funcionalidad (Mesa y Bernal, 2014).

La utilización de las especies de flora conocidas en el país tiene como principales fines el aprovechamiento maderable, ornamental, medicinal y alimenticio; estas últimas categorías son las más representativas en cuanto a variedad de plantas útiles (Rangel, 2005) (García, 2011). En relación con las especies utilizadas en la industria alimenticia, se ha evidenciado que estas se encuentran en estado de subutilización, esto es, que la posibilidad de acceder a frutos para el consumo humano ha limitado la investigación con relación a la potencial funcionalidad en otras industrias (García, 2011).

En dicho escenario, desarrollar proyectos de bioprospección para caracterizar la funcionalidad y componentes bioactivos de las especies de flora en Colombia permite explorar las posibilidades de diversificar la oferta nacional, prever soluciones ante las problemáticas de seguridad alimentaria³ e identificar alternativas para la formulación de nuevos productos en sectores como el de la belleza y el cuidado personal, la farmacéutica y la cosmeceútica⁴ (García, 2011; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2011, 2014b, 2014a). En estas últimas industrias, donde los ingredientes naturales son considerados de mayor valor agregado, identificar las oportunidades asociadas al uso de las plantas en estado de subutilización sugiere ser un primer paso para promover la versatilidad de la oferta nacional y diversificar el portafolio exportador (Biointropic, 2018; Euromonitor, 2020a; Mejía Zapata, 2018).

De acuerdo con el reporte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2020), en el año 2019 cerca de ciento ochenta plantas utilizadas con fines alimenticios reportaron producción en Colombia. De estas, 86%⁵, es decir ciento cincuenta y cuatro materias primas, tienen propiedades benéficas⁶ para el cuidado de la piel asociadas a usos como antioxidante / antiedad, curativo / cicatrizante, antiinflamatorio, hidratante, regenerador celular, antiséptico / antimicótico, desintoxicante, aclarador / despigmentante, suavizante, brillo / luminosidad, seborregulador, purificante, exfoliante, humectante, uniformidad de tono, protector solar y refrescante. 28% tiene de una a tres propiedades, 39% de cuatro a siete propiedades, y 18% entre ocho y doce propiedades de las mencionadas.

Con relación a la producción de estas materias primas, la oferta agro nacional continúa creciendo. Las variaciones en los volúmenes durante el periodo 2016-2019 muestran que cuarenta y ocho productos con seis o más propiedades aumentaron su producción.⁷ La manzana, coco, agua-

³ Un ejemplo de los logros alcanzados en Colombia como consecuencia del desarrollo de bioprospección es la espirulina, alimento natural altamente nutritivo proveniente de una microalga verde-azul que funciona como suplemento nutricional para niños y mujeres en embarazo por ser fuente de proteínas altamente digeribles, vitaminas, minerales y antioxidantes (Biointropic, 2019).

⁴ La cosmeceútica hace referencia a aquellos productos que comprenden características propias de los cosméticos (aplicación tópica y con finalidad estética) y los fármacos (con compuestos altamente activos) (Mejía Zapata, 2018). En la industria surcoreana de la belleza y el cuidado personal, los productos cosmeceúticos son conocidos como cosméticos funcionales (MFDS, 2019).

⁵ 127 productos reportan propiedades relacionadas con antioxidante/antiedad, 83 curativo/cicatrizante, 75 anti-inflamatorio, 64 hidratante, 49 regenerador celular, 48 antiséptico/antimicótico, 46 desintoxicante, 39 aclarador/despigmentante, 38 suavizante, 34 brillo/luminosidad, 31 seborregulador, 30 purificante, 27 exfoliante, 27 humectante, 17 tono uniforme, 16 protector solar y 12 refrescante.

⁶ Los ingredientes naturales utilizados para fines cosméticos se clasifican acorde a su composición botánica, funcionalidad cosmética o grupos fitoquímicos (Martino, et al., 2016). Para la presente investigación se tomó como referente la clasificación por funcionalidad cosmética de los productos naturales propuesta por diversos autores (Hernández y Pardo, 2015; Martino, et al., 2016; Nutexa, 2019; quimivita, s.f.).

⁷ Los resultados muestran que 40 productos con 5 o menos propiedades y 20 productos con 6 o más propiedades reportan una variación negativa en los volúmenes de producción. Por el contrario, 40 productos con 5 o menos propiedades tuvieron un incremento en la producción.

cate, asaí, avena, frambuesa, ajonjolí, calabaza, tomillo, cúrcuma, mango, perejil, fresa, cacao y arándano son los cultivos con mayor crecimiento. La transformación de estas materias primas en ingredientes naturales contribuye a la inserción de la oferta nacional en el mercado surcoreano de la belleza y el cuidado personal con insumos para la formulación de cosméticos (CAF, 2015; Calle Saldarriaga et al., 2019; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014b) value orientation and risk preference. Esto último, apoyado en que, de la producción orgánica en el país, 33% de las categorías de productos en este sector reporta más de ocho propiedades para el cuidado de la piel (FEDEORGÁNICOS, 2018).

Teniendo en cuenta la riqueza y funcionalidad de los productos agro mencionados, así como la necesidad de consolidar negocios inclusivos, sostenibles y de valor agregado a partir del aprovechamiento de la biodiversidad, mercados priorizados como Corea del Sur se convierten en objetivos idóneos para alcanzar diversos fines: el desarrollo de ventajas competitivas a partir de la innovación de productos derivados de la biodiversidad nacional, el uso responsable de los recursos nativos, la diversificación del portafolio agro exportador, la promoción del valor agregado y el encadenamiento productivo de las empresas nacionales (Bishop & Evison, 2010; CAF, 2015; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014b; Rodríguez, 2017)

Aun cuando es posible aprovechar ventajas con la exportación de materias primas o de productos cosméticos terminados, tratándose del mercado surcoreano estas opciones conllevan retos adicionales para el posicionamiento competitivo del país. Mientras que la exportación de materias primas no aporta valor agregado a la oferta nacional, limita transformación de las ventajas comparativas en herramientas de competitividad y somete la balanza comercial a los riesgos propios de las oscilaciones de los precios variables del mercado de bienes primarios (Balcazar et al., 1998; Coronel-López et al., 2019; Ramoni Perazzi & Orlandoni Meli, 2017), los productos terminados enfrentan desafíos adicionales debido a los cortos ciclos de formulación de productos, altos estándares de calidad y los desarrollos en innovación y tecnología que caracterizan la industria de la belleza y el cuidado personal en Corea del Sur (Calle Saldarriaga et al., 2019).

Considerando lo expuesto y las posibilidades de insertarse en el segundo eslabón de la cadena de ingredientes naturales en la industria de la belleza y el cuidado personal, las oportunidades para la transformación de ventajas comparativas en herramientas de competitividad se materializan con la identificación clara de las condiciones para el acceso efectivo al mercado internacional. Esto es, en el caso de Corea del Sur, considerar no solo las condiciones arancelarias, regulaciones sanitarias y fitosanitarias, características particulares de la demanda y las tendencias de consumo, sino también el cumplimiento de las normas internacionales sobre biocomercio que ofrecen lineamientos para la comercialización de bienes obtenidos a partir de la biodiversidad como los ingredientes naturales (Calle Saldarriaga et al., 2019; Euromonitor, 2020a).

Biocomercio: sostenibilidad ambiental, social y económica en Colombia

El concepto biocomercio fue acotado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD] en el año 1996 con la Iniciativa BioTrade. Este término refiere las actividades de recolección, producción, procesamiento, transformación y comercialización de bienes o servicios obtenidos a partir de la biodiversidad, las cuales son desarrolladas observando criterios de sostenibilidad ambiental, social y eco-

nómica. El biocomercio desarrolla las disposiciones contempladas en la Convención sobre Diversidad Biológica [CBD] (1992) en relación con i) la conservación de la biodiversidad, ii) su uso sostenible, y iii) la participación justa y equitativa de los beneficios derivados de su utilización.

Para la consecución de estos objetivos, se han formulado dos protocolos complementarios a la Convención: el Protocolo de Cartagena (2000) sobre seguridad de la biotecnología, que busca asegurar la manipulación, el transporte y el uso seguros de los organismos vivos modificados, y el Protocolo de Nagoya (2010) sobre acceso a los recursos genéticos y participación justa y equitativa en los beneficios derivados de su utilización. En Colombia, la CDB y el Protocolo de Cartagena, fueron ratificados mediante la Ley 165 de 1994 y la Ley 740 de 2002, respectivamente. En cuanto al Protocolo de Nagoya sobre acceso a los recursos genéticos y participación justa y equitativa en los beneficios derivados de su utilización, Colombia aún se encuentra pendiente de realizar su ratificación.



Ahora bien, en el ámbito regional y nacional se perciben importantes desarrollos en materia de biocomercio. Además de adoptar la Decisión 391 de 1996 de la Comunidad Andina de Naciones, Colombia adoptó en 1995 la Política Nacional de Biodiversidad en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 6 de la CDB (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2011) y en 1998, se convirtió en el primer país en el mundo en implementar las consignas de la Iniciativa Biotrade con el diseño y puesta en marcha del Programa Nacional de Biocomercio Sostenible.

Como instrumento complementario para materializar la Política Nacional de Biodiversidad de 1995 y con el fin de guiar la consolidación de los negocios sostenibles, en el año 2002 se creó el Plan Estratégico Nacional

de Mercados Verdes (PENMV). Desde entonces y hasta la fecha, el Estado ha promovido la revisión y actualización de los planes, programas y políticas establecidas para el desarrollo de actividades económicas que tienen como fundamento el aprovechamiento y uso responsable de los recursos naturales de la biodiversidad colombiana.

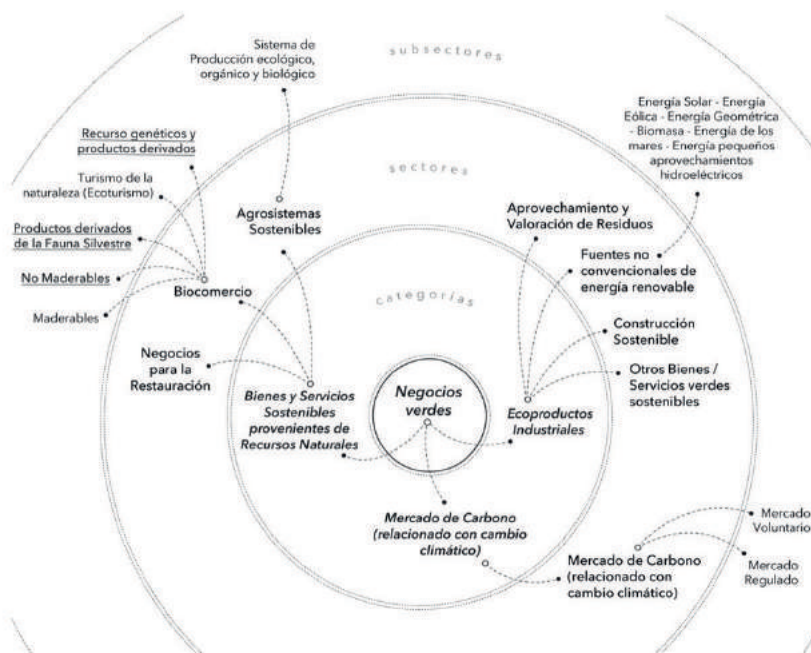
Los desarrollos normativos más recientes se enmarcan en la Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE) (2011) y la Política de Producción y Consumo Sostenible (PPCS) (2013), instrumentos complementarios a la Política Nacional de Biodiversidad. Como consecuencia de lo dispuesto en el PENMV, el Estado formuló en el año 2014 el Programa Nacional de Biocomercio Sostenible [PNBS] y el Plan Nacional de Negocios Verdes⁸ (PNNV). El primero, con el fin de promover el crecimiento y fortalecimiento de las empresas nacionales, potencializar su éxito y facilitar su participación en mercados internacionales con negocios innovadores y competitivos. El segundo, buscando transformar las ventajas comparativas de las regiones en herramientas de competitividad, conservar la biodiversidad y generar fuentes de empleo para mejorar la calidad de vida de los colombianos (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2020).

De esta manera, fundamentado en los siete principios de biocomercio, determinados por la UNCTAD en 2005, el Programa Nacional de Biocomercio Sostenible (PNBS) de 2014 se fijó como marco político y guía para los actores (públicos, privados, agremiaciones, comunidad internacional), instituciones y entidades que tienen injerencia en las cadenas de valor para el aprovechamiento de la biodiversidad, al tiempo que estableció actividades instrumentales para la implementación de su plan de acción en el período 2014-2024. No obstante, las prácticas sostenibles del biocomercio establecidas en el Programa Nacional se materializan a través de los mecanismos establecidos en el Plan Nacional de Negocios Verdes.

De acuerdo con dicho plan, los negocios sostenibles tienen una clasificación tripartita: i) bienes y servicios sostenibles provenientes de los recursos naturales, ii) ecoproductos industriales y iii) mercado de carbono. Dentro de la primera clasificación se encuentran tres sectores, i) agro-sistemas sostenibles, ii) negocios para la restauración y iii) Biocomercio. Finalmente, este último se divide en cinco subsectores, i) maderables, ii) ecoturismo, iii) derivados de la fauna silvestre, iv) no maderables y v) recursos genéticos y productos derivados. Tratándose de ingredientes naturales que pueden ser extraídos de la biodiversidad nacional —cuyas oportunidades han sido percibidas en la industria de la belleza y el cuidado personal— los tres últimos subsectores son de especial relevancia.

⁸ Los negocios verdes y sostenibles contemplan las actividades económicas en las que se ofertan bienes o servicios, que generan impactos ambientales positivos y que, además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014a)

Figura 2. Categorías, sectores y subsectores de los negocios verdes

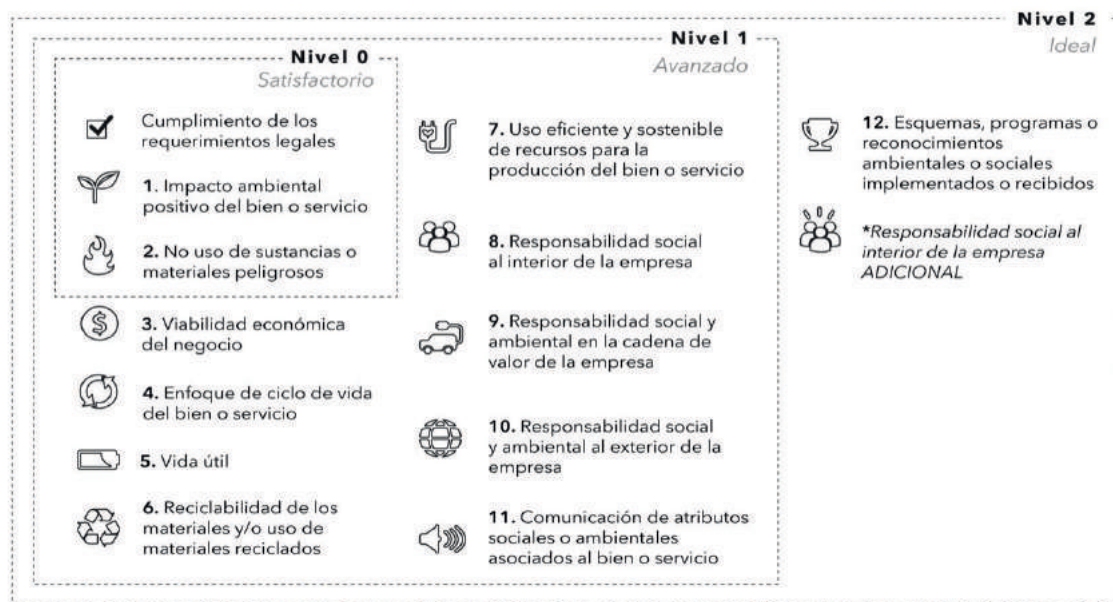


Fuente: Elaboración propia con base en Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2016a.

Además de esta clasificación, el plan estableció mecanismos para la consolidación de los negocios verdes. De ellos se destaca las ventanillas promotoras de negocios verdes en la Corporaciones Autónomas Regionales (CAR), la feria para la promoción de los negocios verdes Bioexpo, el Sello Ambiental Colombiano (SAC), el Sello de Alimento Ecológico (SAE), la creación de guías paso a paso para el aprovechamiento de las oportunidades en mercados internacionales y el sistema de verificación de cumplimiento de criterios para la calificación de los negocios sostenibles.

Particularmente, el sistema de verificación constituye el eje fundamental del desarrollo del PNNV y del biocomercio en Colombia. Este sistema tiene como objetivo promover la distribución justa de los beneficios derivados entre productor, consumidor y sociedad, la permanencia del relacionamiento armónico de la productividad y la resiliencia del medio ambiente, y la comunicación transparente con el consumidor (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2016a). A partir de la determinación de doce criterios de evaluación, el sistema permite acompañar negocios que, con la producción de un bien o servicio, pretenden reducir o minimizar los efectos indeseables en el entorno físico-ambiental y social sin disminuir las características de calidad (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2016a).

Figura 3. Criterios de verificación y niveles de clasificación de los negocios verdes



Fuente: Elaboración propia con base en la Guía de verificación de negocios verdes del Ministerio de Ambiente, 2016a.

La verificación de estos criterios inicia con el cumplimiento de los requerimientos legales, de manera que los criterios de sostenibilidad se instituyen como un mecanismo paralelo al seguimiento de los parámetros de ley que a nivel nacional rigen el uso del suelo, los recursos naturales, sistemas de producción y transformación, entre otros.

Adelantada la revisión, el negocio puede ser categorizado en uno de tres niveles: satisfactorio o nivel cero, avanzado o nivel uno e ideal o nivel dos. En la primera categoría se ubican los negocios que incorporan en sus procesos, acciones de sostenibilidad económica; en la segunda categoría, aquellos negocios cuyas operaciones corresponden, además de la sostenibilidad económica, a prácticas que permiten la realización de la sostenibilidad ambiental. Finalmente, en la tercera categoría o nivel ideal se identifican a los negocios que, tras fortalecer sus actividades relacionadas con la responsabilidad social, han alcanzado esquemas de reconocimiento de sus operaciones como certificaciones o sellos ambientales nacionales o internacionales.

Aun cuando el programa y el plan referidos constituyen el eje central de los esfuerzos gubernamentales en materia de sostenibilidad, otras entidades han diseñado estrategias complementarias para el desarrollo del biocomercio en Colombia. Ejemplo de ello es el Portafolio Bioconsolidado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y Biotropico —aceleradora de negocios bio—, así como la Misión de Sabios impulsada por el mencionado ministerio y universidades aliadas.

⁹ Universidad de Los Andes, Universidad El Rosario, Universidad Nacional, Universidad de Antioquia, Universidad Industrial de Santander, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad EAFIT, Universidad del Valle y Universidad del Norte.

Certificaciones voluntarias medioambientales: estrategias de competitividad

Paralelo al desarrollo de los principios de sostenibilidad incorporados en la CDB y sus protocolos complementarios, se han consolidado nuevas tendencias de consumo y producción sostenible, saludable y responsable que determinan condiciones y oportunidades de acceso a mercado (Biointropic, 2018; Bom, Jorge, Ribeiro, & Marto, 2019; Díaz Porras & Avendaño Escudero, 2014; Mejía Zapata, 2018; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2011, 2014b, 2014a). Diversas razones como el desarrollo de ventajas competitivas, el establecimiento de regímenes eficientes para la protección y conservación del medio ambiente y la compensación adecuada de las comunidades, han motivado a que actores del mercado desarrollen estándares y códigos para la consecución de los fines perseguidos por los principios de sostenibilidad (Díaz Porras & Avendaño Escudero, 2014).

Como un fenómeno de reciente evolución y proliferación, las normas establecidas dentro de los ordenamientos jurídicos de los Estados y por los organismos supranacionales coexisten de manera compleja con estos desarrollos regulatorios privados. Los sistemas de regulación que se han determinado a nivel nacional e internacional constituyen un campo híbrido de mecanismos públicos y privados que imponen un orden determinado en relación con las prácticas de sostenibilidad en el comercio transfronterizo (McIntyre, 2018). Lo anterior, debido a que las relaciones comerciales globalizadas se basan en la existencia y fortalecimiento de cadenas de valor y/o producción —suministro— respecto de las cuales el alcance y el carácter vinculante de las normas internas de los Estados resultan insuficientes (Pérez, 2019; UNCTAD, 2013) (McIntyre, 2018).

Bloqueos financieros, accesos o membresías a organismos internacionales denegados, afectación a su reputación, exclusión de redes y cadenas de generación de valor o suministro, pérdida de competitividad, entre otras, son algunas de las sanciones instituidas por los actores del mercado global que tornan necesario el cumplimiento de estándares privados como los códigos corporativos voluntarios, sistemas de gestión ambiental, esquemas de etiquetado y certificación ambiental, sistemas de informes ambientales o de sostenibilidad, entre otros (McIntyre, 2018; Moser, Hildebrandt, & Bailis, 2014). En este mercado interdependiente y globalizado, la pervivencia competitiva de las empresas depende en gran medida de la incorporación de criterios de sostenibilidad que guíen su operación. Por ejemplo, en la industria de la belleza y el cuidado personal, particularmente en Corea del Sur, la participación de las empresas se condiciona ante el cumplimiento de estrictos estándares de responsabilidad ambiental, ética y social (Bom et al., 2019) (Calle Saldarriaga et al., 2019; Euromonitor, 2020a, 2020b).

Frente a las demandas mencionadas, los estándares, particularmente las certificaciones voluntarias, constituyen estrategias exitosas de diferenciación y acceso a mercados nicho que, si bien pueden concebirse como mayores cargas al proveedor de insumos, otorgan tratamientos preferenciales y ventajas para el posicionamiento competitivo (Calle-Saldarriaga, 2015; Liu, 2009). Para los intereses nacionales en materia de ingredientes naturales, contar con instrumentos de certificación se torna determinante para el posicionamiento competitivo en la cadena de valor. Por lo anterior, las certificaciones voluntarias se reconocen como elementos facilitadores del aprovechamiento de los acuerdos comerciales (Coscione, 2014; CAF, 2015).

Los programas de certificación voluntaria pueden ser de dos tipos: i) sistemas de gestión ambiental y ii) sellos verdes —ecoetiquetado— o de

certificación orgánica (Abarca & Sepulveda, 2001). Los primeros constituyen guías para que las empresas no ocasionen daños al ambiente con su operación —por ejemplo, las normas ISO 14000—, mientras que los últimos se presentan como mecanismos de diferenciación de productos en el mismo mercado pues otorgan más información al interesado sobre la evaluación de su ciclo de vida (LCA).

De acuerdo con el Centro de Comercio Internacional (ITC por sus siglas en inglés) existen más de doscientos estándares internacionales relacionados con el cuidado al medio ambiente, los derechos del trabajo y el trabajador, el desarrollo económico, la calidad e inocuidad de los alimentos y la ética de los negocios. Estos estándares se clasifican según su propósito, esto es, la demostración de cualidades particulares de un producto (ej. certificaciones propias de café), el ciclo de vida o el modelo completo de negocio (ej. sostenibilidad ambiental, social y económica) o con respecto a algunas de las etapas de la cadena de producción como el cultivo, transformación o comercialización (ej. producción orgánica, no experimentación en animales, comercio justo).

A nivel nacional existen tres tipos principales de certificación relacionados con los negocios verdes: el Sello Ambiental Colombiano, el Sello de Alimento Ecológico y los Certificados de Incentivo Forestal de Reforestación y Conservación (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014b). No obstante, estos son insuficientes en la industria cosmética. Aun cuando existen a la fecha ocho organismos de certificación en Colombia autorizados por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible para acreditar la producción ecológica —sellos verdes (ecoetiquetado) o certificación orgánica—, la Resolución 0187 de 2006 que los habilita, establece que dichas certificaciones solo podrán ser otorgadas en relación con productos destinados a la industria alimentaria, esto es: productos agrícolas vegetales no transformados, productos procesados destinados a la alimentación humana derivados de los primeros y productos alimenticios importados.

Ahora bien, en lo que respecta al sistema de verificación dispuesto por el PNNV y sus criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, el modelo propuesto no ofrece mecanismos o instrumentos unificadores de los métodos o documentos para demostrar su cumplimiento. Corresponde a la libertad del interesado utilizar los mecanismos probatorios a su alcance para acceder a la verificación de negocio sostenible. En consecuencia, esta ambigüedad resulta en un mero documento declarativo en el cual la autoridad competente identifica acciones de mejora para profundizar en la incorporación de las prácticas de sostenibilidad. Este no constituye un instrumento estandarizado, con parámetros de clasificación, que permita al interesado y al mercado tener certeza objetiva sobre la evaluación del ciclo de vida de un producto.

Tratándose de las condiciones de acceso a la industria de la belleza y el cuidado personal Corea del Sur con la comercialización de ingredientes naturales, los retos mencionados se tornan más relevantes debido a que las tendencias de producción y consumo son aún más estrictas (Euromonitor, 2020b, 2020a; European Chamber of Commerce in Korea, 2018). Las autoridades de este país adoptaron en septiembre de 2019, un mecanismo propio para la certificación de los ingredientes y productos naturales y orgánicos. De acuerdo con esta nueva reglamentación, solo podrán ser denominados, promocionados y comercializados como cosméticos naturales aquellos que incorporen más de 95% de ingredientes naturales, menos de 2% de los restos petroquímicos y menos de 5% de las materias primas sintéticas. En el caso de la certificación orgánica, además de lo mencionado con relación a los restos petroquímicos y materias

primas sintéticas, el producto cosmético debe contener al menos 10% de ingredientes naturales (KTRI, 2020).

No obstante, recordando que Corea del Sur no puede autosatisfacer sus necesidades en insumos agro y previendo que la nueva normativa se convierta en un obstáculo para el comercio, el Instituto Coreano de Pruebas e Investigación (KTRI por sus siglas en inglés) ha dispuesto la certificación voluntaria Cosmos como instrumento de homologación de los nuevos requerimientos en este mercado. Así, los ingredientes o productos que pretendan ser comercializados en Corea del Sur como naturales u orgánicos, deben contar con la certificación emitida por el KTRI o con una certificación Cosmos.

Condiciones de la oferta nacional: retos y experiencias

Desarrollar ventajas competitivas para el ingreso a Corea del Sur implica seguir las pautas del biocomercio. Las condiciones normativas sobre ingredientes naturales en este mercado muestran que las oportunidades en la industria de la belleza y el cuidado personal están mediadas por la incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental y económica (Eurononitor, 2020a, 2020b; KTRI, 2020; MFDS, 2019). Asimismo, el interés expresado de Corea del Sur por materializar instrumentos internacionales como el Protocolo de Nagoya, hacen necesario el cumplimiento de los presupuestos de sostenibilidad social (Calle Saldarriaga et al., 2019; Morin & Gauquelin, 2016).

En este sentido, la facilidad y velocidad con que se logre la inserción en las cadenas de valor de Corea del Sur se determina por los cambios que demanden las empresas nacionales para cumplir con los requerimientos mencionados. El Plan de Acción 2014-2024 del Programa Nacional de Biocomercio Sostenible propuso realizar una caracterización completa de las empresas de negocios sostenibles que incorporan principios de sostenibilidad. No obstante, a la fecha, el único registro público disponible sobre el estado de la implementación de las consignas sobre biocomercio se encuentra en el Portafolio de Negocios Verdes el cual compila la información sobre el sistema de verificación de criterios de sostenibilidad desarrollado por el Plan Nacional de Negocios Verdes.

De acuerdo con este portafolio (2017), en Colombia existen trescientas sesenta y nueve empresas clasificadas en la categoría de bienes y servicios sostenibles provenientes de recursos naturales y cincuenta y cuatro empresas de ecoproductos industriales. Dentro de las trescientas sesenta y nueve empresas de bienes y servicios sostenibles, sesenta y siete hacen parte del sector de biocomercio (sesenta y dos empresas del subsector de productos no maderables —cincuenta y seis en nivel satisfactorio, tres en nivel avanzado y tres en nivel ideal—, una empresa del subsector de recursos genéticos y productos derivados —en nivel satisfactorio— y cuatro empresas en los productos derivados de la fauna silvestre —dos en nivel satisfactorio y dos en nivel avanzado—).

De las sesenta y siete empresas clasificadas en el sector de biocomercio, 57% corresponde a formas organizativas del tipo asociación y el mayor número de estos negocios se encuentra especializado en el desarrollo de subproductos a partir de materias primas determinadas. En primer lugar, se ubican aquellas empresas basadas en el aprovechamiento del café (38%); en segundo lugar, las que utilizan como materia prima el cacao (33%); en tercer lugar, las relacionadas con el uso de mango y miel (7%); en cuarto lugar, el asaf (5%); y finalmente, el coco y la fresa (3%). Por su parte, tres de las empresas de biocomercio adelantan sus procesos productivos utilizando diversidad de materias primas.

En cuanto al nivel de incorporación de criterios de sostenibilidad, 68% de las empresas de biocomercio se encuentran en estado satisfactorio (nivel 0), mientras que 32% representa a los negocios calificados como avanzados o ideales (16% cada uno). De las que se encuentran en nivel ideal, las certificaciones de productos orgánicos y el reconocimiento por verificación de cumplimiento de buenas prácticas son las más comunes. Dos de las empresas en la categoría de nivel ideal, especializadas en sub-productos del café y certificadas en producción orgánica y comercio justo, exportan productos alimenticios al mercado de Corea del Sur. En cuanto a las empresas que producen ingredientes naturales que podrían servir como insumos cosméticos, se identifican tres casos, uno en cada nivel.

Teniendo en cuenta las características de las empresas nacionales reconocidas en el Plan de Negocios Verdes, es posible sugerir que estas pueden ubicarse en una de tres categorías, a saber, i) aquellas que producen las materias primas con propiedades benéficas para la piel que podrían ser o son utilizadas en Corea para la producción de cosméticos; ii) aquellas que transforman agroindustrialmente las materias primas para la obtención de ingredientes naturales a partir de sus componentes bioactivos conocidos; y iii) aquellas que producen, transforman y/o desarrollan procesos biotecnológicos de manera sostenible a partir de materias primas que tienen el potencial de servir como ingredientes naturales para la industria cosmética surcoreana y cuya producción/producto tiene o puede tener algún tipo de certificación voluntaria.

En cada una de las categorías descritas se concluyen retos diferenciados que han contribuido a la configuración del estado incipiente de incorporación de los principios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el país. Un acercamiento a las expresiones de las empresas interesadas en el mercado surcoreano a la luz de clasificación descrita permite concluir en la diversidad de factores que inciden en la falencia mencionada. Con relación a las empresas que podrían ubicarse en la primera categoría, estas siguen identificando la exportación de materias primas para el consumo humano como principal oportunidad en el mercado surcoreano, limitando el desarrollo de procesos investigativos para explorar nuevos usos en otras industrias (El Espectador, 2019; González, 2019; Portafolio, 2020a; Portafolio, 2020b).

Respecto a las empresas que se relacionarían en la segunda categoría, algunos productores afirman haber encontrado en el desarrollo biotecnológico y la transformación agroindustrial de materias primas la posibilidad de acceder al mercado surcoreano y hacer frente a los complejos procedimientos establecidos para la verificación del cumplimiento de requisitos sanitarios y fitosanitarios (Chaves, 2015). No obstante, los esfuerzos se mantienen enfocados en los procesos de escalonamiento en la cadena productiva de la industria alimentaria pese a la identificación de oportunidades en otras industrias y la necesidad de diversificar la oferta exportadora (Chaves, 2015; Ramírez, 2017; Osorio, 2017; Becerra, 2020).

En relación a las empresas que serían parte de la tercera categoría, los hallazgos muestran que gran parte de ellas apenas satisfacen mínimos criterios de sostenibilidad ambiental aun cuando se reconoce que las certificaciones voluntarias son instrumentos facilitadores de los procesos de internacionalización de la oferta nacional (Coscione, 2014; González, 2017; Argüello, 2019).

De manera general, el acercamiento al mercado surcoreano ha dejado lecciones aprendidas para las empresas nacionales. Estas han identificado que el fortalecimiento de sus procesos asociativos permite el desarrollo de elementos de competitividad y coinciden en la necesidad de mayor intervención y acompañamiento estatal para la participación asertiva en el

mercado de destino. Con relación a los procesos asociativos, las empresas encuentran en las alianzas sectoriales, mecanismos estratégicos para apalancar el encadenamiento productivo y la inserción en mercados internacionales en tanto permiten sopesar las debilidades en volumen de producción, acceso a recursos y poder de negociación (Coscione, 2014; Agrotatamá, 2017; González, 2017; Gobierno de Colombia, 2018; Argüello, 2019).

Ahora bien, en lo que respecta a la intervención estatal, afirman que los desafíos administrativos y logísticos no son menores. La falta de determinación de partidas arancelarias para la clasificación de productos según sus características o especies particulares implica una pérdida en el valor agregado de sus productos (La República, 2012; Argüello, 2019). Así mismo, expresan que la cooperación internacional se hace indispensable para el aprovechamiento del acuerdo comercial pues el establecimiento de relaciones de confianza y transferencia de conocimientos y tecnologías constituye el medio idóneo para consolidar con mayor rapidez procesos de encadenamiento y validación de oportunidades (El Tiempo, 2018; Gómez, 2019; La República, 2019; Restrepo, 2019)

En cuanto a los hallazgos en bienes exportados, una comparación entre las empresas que se han aproximado al mercado surcoreano y aquellas que hacen parte del Portafolio de Negocios Verdes, permite concluir que este último refleja las tendencias en las líneas de desarrollo de los negocios en el país. Los casos hallados sobre experiencias de las empresas nacionales que han intentado insertarse en mercados exigentes en materia de sostenibilidad, como Corea del Sur, se han concentrado en la producción de bienes derivados del café y el cacao para la industria alimenticia (Coscione, 2014; Ramírez, 2017; Agrotatamá, 2017; Gonzalez, 2017; Simmonds, 2018; Gobierno de Colombia, 2018; Argüello, 2019; González, 2020)

Finalmente, es importante destacar que, aun cuando se han referido mayores oportunidades para el aprovechamiento del acuerdo comercial con la participación en el segundo eslabón de la cadena productiva de la industria de la belleza y el cuidado personal, se halló un caso que explora el acceso a la industria de la belleza y el cuidado personal del mercado surcoreano con un producto terminado para el cuidado del cabello (La Patria, 2019).

Conclusiones

Los hallazgos de la investigación presentada permiten validar que el país cuenta con oportunidades en la industria surcoreana de la belleza y el cuidado personal, no solo como resultado de las tendencias de consumo en el país de destino, como se había sugerido en investigaciones previas, sino debido a la cantidad disponible de materias primas que reportan propiedades benéficas para el cuidado de la piel. No obstante, dadas las condiciones de acceso a mercado, es indispensable incorporar prácticas de sostenibilidad ambiental, social y económica para lograr el aprovechamiento del acuerdo comercial y la promoción de exportaciones en bienes no tradicionales.

Si bien se reconocen los importantes avances y esfuerzos gubernamentales en la regulación de un sistema de verificación de criterios de sostenibilidad, por una parte, y los lineamientos para la certificación de productos ecológicos por otra, los planes y programas nacionales no solo son ambiguos y voluntarios, sino que los resultados de su implementación dependen de las capacidades técnicas y financieras de los productores. Por esto último, se concluye que el estado actual del desarrollo e implementación del biocomercio en Colombia acentúa los retos para partici-

par en la cadena de valor de los productos cosméticos en Corea del Sur. Particularmente, la falta de un modelo que oriente la distribución justa y equitativa de los beneficios que se derivan del uso de la biodiversidad en el marco del desarrollo del Programa Nacional de Biocomercio, persiste como uno de los retos más importantes para el aprovechamiento del acuerdo comercial.

Cambios en el alcance y difusión nacional del marco normativo sobre biocomercio, la parametrización de criterios e indicadores objetivos en materia de sostenibilidad ambiental, social y económica, y la ampliación de las competencias para los organismos de certificación a nivel interno, sugieren ser algunas de las medidas urgentes para la construcción de herramientas de competitividad que faciliten la inserción en la cadena cosmética de Corea del Sur. Aunado a lo anterior, la identificación de alternativas para la construcción de sinergias políticas e institucionales dentro del país es una necesidad urgente. La articulación entre el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el recientemente creado Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación resulta aún poco visible en la práctica, por lo menos en lo que respecta al número de empresas que se registran en el Portafolio de Negocios Verdes

Pese al gran énfasis puesto durante años en el sector agro, todavía el país no logra consolidar una oferta diversificada a partir de estos productos. Se concluye que las estrategias para el aprovechamiento del acuerdo comercial deben ser concebidas desde un enfoque multidisciplinar que incorpore, en cada caso específico, una estrategia de coordinación entre el desarrollo de estudios de mercado, proyectos de bioprospección y un análisis sobre condiciones y capacidades de las empresas nacionales.

Referencias

- Abarca, R., & Sepulveda, S. (2001). Ecoetiquetado: un instrumento para diferenciar productos e incentivar la competitividad. IICA, 17(Comercio-Ambiente), 1-65.http://www.iica.int/Esp/regiones/central/honduras/Publicaciones_IICA/Competitividad_y_Agronegocios/Eco-etiquetado_Un_instrumento_para_diferenciar_productos_e_incentivar_la_competitividad.pdf
- Agrotatamá. [Soporte Londonred]. (2017, marzo 24). Agrotatamá 1 y 2 [archivo de video]. https://www.youtube.com/watch?v=FptZoUun5bl&feature=emb_title
- Argüello, C. (2019). San Isidro, café de alta calidad [en línea]. <https://www.lanacion.com.co/san-isidro-cafe-de-alta-calidad/>
- Artaraz Miñón, M. (2001). Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible 2.
- Balcazar, A., Vargas, A., & Orozco, M. L. (1998) Del proteccionismo a la apertura ¿El camino a la modernización agropecuaria? Bogotá, Colombia.
- Becerra, L.L. (2020). Aceite de aguacate colombiano comenzó a venderse en supermercados de Corea del Sur [en línea]. <https://www.agronegocios.co/aprenda/aceite-de-aguacate-colombiano-comenzo-a-venderse-en-supermercados-de-corea-del-sur-2952673>
- Biontropic. (2018). Estudio sobre bioeconomía: Como fuente de nuevas industrias basadas en el capital natural de Colombia - Fase II.
- Biontropic. [BIONTROPIC Aceleración de bionegocios]. (2020, abril 20). Neyber - Empresa desarrolladora de ingredientes naturales – cosméticos [archivo de video]. <https://www.youtube.com/watch?v=L5YdDJfdAAE>
- Biontropic. (2019). Productos Naturela/Espirulina (microalga) [en línea]. <https://mundobiotec.com/project/espirlina/>
- Bishop, J., & Evison, W. (2010). The Economics of Ecosystems and Biodiversity (pp. 1-40). pp. 1-40. <https://doi.org/10.4324/9781849775489>
- Brancoli, P. y Bolton, K. (2019). Chapter 2 - Life Cycle Assessment of Waste Management Systems. En M.J. Taherzadeh, K. Bolton, J. Wong y A. Pandey (Ed.) Sustainable Resource Recovery and Zero Waste Approaches (pp. 23-33): Elsevier.
- CAF. (2015). Respuestas innovadoras y soluciones sostenibles para el desarrollo local en América Latina (pp. 6-8). <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>
- Calle-Saldarriaga, M. A., Jiménez, M. A., & Vanegas, A. M. (2019). El "K-Beauty": ¿Una oportunidad para el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur? Revista Digital Mundo Asia Pacífico 8(15), 5-19. <https://doi.org/10.17230/map.v8.i15.01>
- Calle-Saldarriaga, M. A. (2015). Beyond the UN Global Compact. Institutions and Regulations. 17, 117-146. <https://doi.org/10.1108/s2051-503020150000017008>
- Chaves, M. (2015). Japón y Corea del Sur, nuevos mercados para la pitahaya [en línea]. <https://www.larepublica.co/economia/japon-y-corea-del-sur-nuevos-mercados-para-la-pitahaya-2292316>
- Colombia Fintech. (2019). El 62% de las pymes colombianas no tiene acceso a financiamiento [en línea]. <https://www.colombiafintech.co/novedades/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-a-financiamiento>
- Comunidad Andina de Naciones (CAN). (1996). Decisión Andina 391 de 1996 por medio de la cual se "aprueba el Régimen Común sobre acceso a los recursos genéticos." Caracas: Comunidad Andina de Naciones.
- Confecámaras. (s.f.). Análisis Económico [en línea]. <http://confecamaras.org.co/analisis-economico>
- Coronel-López, J., Danna-Buitrago, J. P., & Mercado-Suárez, Á. (2019). Liberalización comercial en Colombia: ¿modernización o trampa? Revista de Economía Institucional 21(41), 71-97. <https://doi.org/10.18601/01245996.v21n41.04>
- Coscione, M. (2014). Agroecología y Comercio Justo: La experiencia de Asopecam (Colombia) [en línea]. <http://www.wfto-la.org/agroecologia-y-comercio-justo-asopecam-colombia/>
- Díaz Porras, R., & Avendaño Escudero, M. (2014). Evolución de las certificaciones ambientales: Perspectivas para el mejoramiento competitivo de los pequeños productores agrícolas en Costa Rica. (September). <http://mobile.repositorio.una.ac.cr/handle/11056/8633>
- Dinero. (2014). Oportunidades de Colombia en Corea del Sur [en línea]. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/comercio-exterior-colombia/197077>

- DNP. (2010). Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010. Estado Comunitario: Desarrollo Para Todos (Tomo 1). Diario Oficial, pp. 1-437. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- El Espectador. (2019). Aguacate hass colombiano busca entrar a Corea del Sur [en línea]. <https://www.elespectador.com/noticias/economia/aguacate-hass-colombiano-busca-entrar-a-corea-del-sur/>
- El Tiempo. (2017). Exportaciones de Colombia a Corea del Sur crecen 144% [en línea]. <https://www.eltiempo.com/mundo/asia/balance-de-tlc-con-corea-del-sur-por-el-embajador-en-colombia-114514>
- El Tiempo. (2018). Corea, el destino de las oportunidades para el Valle [en línea] <https://www.eltiempo.com/colombia/cal/corea-el-destino-de-las-oportunidades-para-el-valle-285210>
- Escobar-Pemberthy N., Calle-Saldarriaga M.A. (2020). International Business, Trade and the Nagoya Protocol: Best Practices and Challenges for Sustainability in Access and Benefit-Sharing. In: Leal Filho W., Borges de Brito P., Frankenberger F. (eds) International Business, Trade and Institutional Sustainability. World Sustainability Series. Springer Cham https://doi.org/10.1007/978-3-030-26759-9_48
- Euromonitor. (2020a). Beauty and Personal Care in South Korea. Euromonitor, 17. Retrieved from <http://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-brazil/report>
- Euromonitor. (2020b). Skin care in South Korea 1-11.
- European Chamber of Commerce in Korea. (2018). ECCK White Paper. <https://doi.org/10.1331/JAPhA.2011.11513>
- García, N. (2011). Plantas nativas empleadas en alimentación en Colombia. Informe final (pp. 1-52). pp. 1-52. <http://repository.humboldt.org.co/bitstream/handle/20.500.11761/31275/11-11-020-240PS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gobierno de Colombia. [Colombia sí es solidaria]. (2018, diciembre 10). Asociación de productores de cacao de Algeciras [archivo de video]. <https://www.youtube.com/watch?v=ZJxooPPWQx0>
- Gómez, G. (2019). Ministro de Comercio se reunirá con empresarios de Corea del Sur [en línea]. <https://www.lafm.com.co/economia/ministro-de-comercio-se-reunira-con-empresarios-de-corea-del-sur>
- Gómez, J. A., & González Mejía, D. (2010). Biodiversidad y desarrollo: una oportunidad para el sector cosmético natural en Colombia. Revista Cosmética, Junio (97), 1-7 http://www.biocomerciosostenible.org/Documentos/Articulo2_Revista_cosmetica_23_de_junio_2010_version_97%5B1%5D.pdf
- González, X. (2017). Chocolates Tumaco exportará a Europa 100 toneladas de Cacao [en línea]. <https://www.agronegocios.co/agricultura/chocolates-tumaco-exportara-a-europa-100-toneladas-de-cacao-2622716>
- González, X. (2019). Daabon Asia y Banasan enviaron primeros contenedores de banano hasta el mercado de Corea [en línea]. <https://www.agronegocios.co/agricultura/daabon-asia-y-banasan-enviaron-primeros-contenedores-de-banano-hasta-el-mercado-de-corea-2945147>
- González, X. (2020). Asia es el nuevo norte de los caficultores del Valle con su marca Café Bahareque [en línea] <https://www.agronegocios.co/agricultura/el-mercado-asiatico-es-el-nuevo-norte-de-los-caficultores-del-valle-con-su-marca-cafe-bahareque-2974825>
- Herrera Camargo, A. A. (2013). La influencia de la apertura comercial en la desigualdad de Colombia. Revista Politécnica, (16), 105-116.
- Hopkinson, J. (2018). Overview of U. S. -South Korea Agricultural Trade Overview of U. S. -South Korea Agricultural Trade
- Instituto Alexander von Humboldt. (2018). De la información al conocimiento. Pertinencia y acceso abierto en las publicaciones y plataformas del Instituto Humboldt <http://reporte.humboldt.org.co/biodiversidad/2018/cap1/101/#seccion3>
- KTR. (2020). Natural and organic cosmetics certification by the Ministry of Food and Drug Safety - Korea Testing & Research Institute [en línea]. <http://www.ktr.or.kr/certification/quality/contentsid/1838/index.do>
- La Patria. (2019). Inbiotech, empresa de Caldas, lista para exportar champú a Corea del Sur [en línea]. Recuperado de <https://www.lapatria.com/emprendiendo/inbiotech-empresa-de-caldas-lista-para-exportar-champu-corea-del-sur-448628>
- La República. (2012). Europa, Corea y Japón, los destinos de exportación del lulo colombiano [en línea]. <https://www.larepublica.co/archivo/europa-corea-y-japon-los->

- destinos-de-exportacion-del-lulo-colombiano-2016099
- La República. (2019). Colombia y Corea del Sur impulsarán agenda bilateral en el marco del TLC [en línea]. <https://www.larepublica.co/economia/colombia-y-corea-del-sur-impulsaran-agenda-bilateral-en-el-marco-del-tlc-2919428>
 - Liu, P. (2009). Private Standards in International Trade: Issues and Opportunities. In Paper presented at the WTO's Workshop on Environment-related Private Standards
 - López, J.M. (2020). "Hay que aprovechar los acuerdos comerciales y abrir más mercados para el agro" [en línea]. Recuperado de <https://www.agronegocios.co/agricultura/hay-que-aprovechar-los-acuerdos-comerciales-y-abrir-mas-mercados-para-el-agro-2962718>
 - Martino, V., Nadinic, J., Ferraro, G. y Bandoni, A. (2016). *Fitocosmética: Fitoingredientes y otros productos naturales*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
 - Martynoga, M., & Jankowska, M. (2017). Internationalization of enterprise - theory and characteristics. 78, 69–75.
 - McIntyre, O. (2018). Transnational environmental regulation and the normativisation of global environmental governance standards: The promise of order from chaos? *Journal of Property, Planning and Environmental Law* 10(2), 92–112. <https://doi.org/10.1108/JPEL-01-2018-0003>
 - Mejía Zapata, C. (2018). Análisis sector cosmético y aseo.
 - Mesa, C. y Bernal, H.Y. (2014). *Plantas medicinales endémicas de Colombia*. Versión 2.5 [en línea]. Recuperado de <https://www.gbif.org/dataset/21595325-799d-4aa5-b47b-48ad0f105a3f#description>
 - MFDS. (2019). *Cosmetics Regulatory Framework in Korea* (p. 15). p. 15.
 - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2018). *Guía para el aprovechamiento del acuerdo comercial con Corea del Sur*. Manuscrito no publicado.
 - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). *Producción 2019*. Manuscrito no publicado.
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2011). *Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Ecosistémicos* (p. 123). p. 123.
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2013). *Programa Nacional de biocomercio Sostenible* | Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Retrieved October 20, 2017, from Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible website: <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article?id=847%3Aplantilla->
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014a) *Plan Nacional de Negocios Verdes* (p. 101). p. 101.
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014b) *Programa Nacional de Biocomercio Sostenible* (p. 128). p. 128.
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2016a). *Guía de verificación y evaluación de criterios de negocios verdes*
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2016b) *Los negocios verdes y sostenibles en Colombia*.
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2020) *Biocomercio* [en línea]. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/1395-plantilla-negocios-verdes-y-sostenibles-4>
 - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2020) *Fortalecimiento y consolidación de los negocios verdes en Colombia*.
 - Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2019) *Informe sobre los acuerdos comerciales vigentes de Colombia* (p. 148). p. 148.
 - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019) *Informe sobre el desarrollo, avance y consolidación de los acuerdos comerciales vigentes en Colombia* <http://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion>
 - Naciones Unidas. (2011). *Protocolo de Nagoya sobre acceso a los recursos genéticos y participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de su utilización al convenio sobre la diversidad biológica*. Quebec: Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica.
 - Nutexa. (2019). *Ingredientes vegetales para formular cosméticos naturales*. [En línea]. <https://www.nutexa.com/2019/02/07/ingredientes-vegetales-para-formular-cosmeticos-naturales/>
 - OECD. (1999). *Review of Agricultural Policies in Korea* 1–175. <https://www.oecd.org/korea/40417830.pdf>

- Osorio, M. (2017). La pitahaya colombiana se abre paso en Asia [en línea]. <https://www.elespectador.com/noticias/economia/la-pitahaya-colombiana-se-abre-paso-en-asia/>
- Pérez, J. (2019). Cadenas globales de valor: una revisión bibliográfica. *Cadernos PROLAM/ USP*, 18(34), 142–163. <https://doi.org/10.11606/issn.1676-6288.prolam.2019.161791>
- Portafolio. (2020a). Banano colombiano recoge sus frutos en Corea del Sur [en línea]. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/banano-colombiano-recoge-sus-frutos-en-corea-del-sur-537344>
- Portafolio. (2020b). Corea del Sur y Chile, próximos destinos del aguacate hass del país [en línea]. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/corea-del-sur-y-chile-proximos-destinos-del-aguacate-hass-del-pais-53153>
- Quimivita, (s.f.). Tipologías cosméticas [en línea]. <https://www.quimivita.es/index.php?directurl=cosmetica/tipologias-cosmetica/&lang=es>
- Ramírez, S. (2017). Oportunidad de producción para cacao del Huila [en línea]. <https://www.diariodelhuila.com/una-oportunidad-de-produccion-para-el-cacao-en-el-huila>
- Ramoni Perazzi, J., & Orlandoni Meli, G. (2017). ¿Evolucionan las exportaciones colombianas hacia un mercado más volátil? Un análisis del período 1974–2014. (Colombian Exports: Do They Evolve towards a More Volatile Market?: An Analysis of the Period 1974–2014 With English summary.). *Revista Facultad de Ciencias Economicas: Investigacion y Reflexion*, 25(1), 25–41.
- Rangel, J. (2005). La biodiversidad de Colombia. *Palimpsestvs*, (5), 292–304.
- Reina, M., Salamanca, C., & Forero, D. (2009). Análisis de factibilidad de un Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la República de Corea http://www.tlc.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=59219&name=estudio_corea-fedesarrollo-_informe_final_sp-ago_24_09.pdf&prefijo=file
- Restrepo, J.M. (2019). Colombia, aliado estratégico de Corea [en línea]. <https://www.larepublica.co/analisis/jose-manuel-restrepo-abondano-401335/colombia-aliado-estrategico-de-corea-2919308>
- Rodríguez, A. (2017). La bioeconomía: oportunidades y desafíos para el desarrollo rural, agrícola y agroindustrial en América Latina y el Caribe. *El Boletín CEPAL/FAO/IICA*, p. 16.
- Secretaría Convención sobre Diversidad Biológica. (2020) List of Parties [en línea]. <https://www.cbd.int/information/parties.shtml>
- Simmonds, I.F. (2018). Amativo, una empresa local que lleva lo mejor del café colombiano al mercado coreano [en línea]. Recuperado de <https://www.agronegocios.co/agricultura/amativo-una-empresa-local-que-lleva-lo-mejor-del-cafe-colombiano-al-mercado-coreano-2711166>
- Trade map. (2019). Bilateral trade between Colombia and Republic of Korea. [En línea]. https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c410%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- UNCTAD. (2013). Informe sobre las inversiones en el mundo 2013: Panorama General 52. http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/wir2013overview_es.pdf
- UNCTAD. (2020). Countries implementing BioTrade [en línea]. <https://unctad.org/en/Pages/DITC/Trade-and-Environment/BioTrade/BT-countries.aspx>
- Vega, C. (2017). A Corea del Sur le gusta la comida colombiana [en línea]. <https://www.elespectador.com/noticias/economia/a-corea-del-sur-le-gusta-la-comida-colombiana/>