

Biotrade and Sustainable Business Trends in Latin American Companies, Between the years 2015-2022

Jhordy Joel Luis Reyes, Bachiller¹  Robert Alexander Jara Miranda, Doctor¹ , and Flor Alicia Calvanapón-Alva¹ 
¹Universidad Privada del Norte (UPN), Perú, N00103127@upn.pe, robert.jara@upn.pe, flor.calvanapon@upn.pe

Abstract- The following research aims to determine how biotrade and sustainable business influence companies in Latin America. The sources of information used in the choice of records on a systematic review are: Redalyc, Base, Dialnet, Scielo, Google Scholar, Ebsco. The points of view taken into account in the contributions and discards in the literature are: time of dissemination, if the researches had IMRD form (introduction, methods, effects, discussion). As a result, 30 studies were selected, the most relevant contributions of each author were analyzed and subsequently extracted, and then classified according to their importance. Finally, we conclude that the trends in sustainable business and biotrade maximize the benefits in Latin American companies, either in the equitable distribution of profits to the company and the sectors that contribute to it, as well as increase sustainability within companies, collaborating with the environment and society.

Keywords-- Biocommerce, Sustainable Business, Sustainable Development, Sustainability, Ecological Fashion.

Tendencias del Biocomercio y Los Negocios Sostenibles en las empresas de América Latina, entre los años 2015-2022

Jhordy Joel Luis Reyes, Bachiller¹  Robert Alexander Jara Miranda, Doctor¹ , and Flor Alicia Calvanapón-Alva¹ 

¹Universidad Privada del Norte (UPN), Perú, N00103127@upn.pe, robert.jara@upn.pe, flor.calvanapon@upn.pe

Resumen- A continuación, la investigación tiene como fin determinar cómo influye el biocomercio y los negocios sostenibles en las empresas de América Latina. Las fuentes de información utilizadas en la elección de registros sobre una revisión sistemática son: Redalyc, Base, Dialnet, Scielo, Google Académico, Ebsco. Los puntos de vista que se tuvieron en cuenta en los aportes y descartes en la literatura son: tiempo de difusión, si las investigaciones tenían forma IMRD (introducción, métodos, efectos, debate). Como resultado fueron seleccionadas 30 investigaciones, en las que fueron analizados y posteriormente extraídos los aportes más relevantes de cada autor autores, luego las clasificamos según su importancia. Finalmente concluimos que las tendencias en los negocios sostenibles y en el biocomercio logran maximizar los beneficios en las empresas de América Latina, ya sea en la distribución equitativa de utilidades a la empresa y los sectores que contribuyen a ella, así como, aumenta la sostenibilidad dentro de las empresas, colaborando con el medio ambiente y la sociedad.

Palabras clave-- Biocomercio, Negocio Sostenible, Desarrollo Sostenible, Sostenibilidad, Moda Ecológica

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años el Biocomercio y los Negocios Sostenibles se han ido incrementando y aplicando en gran parte de las empresas de América Latina. Es por ello, que dan a conocer la importancia de su aplicación dentro de las empresas, logrando así colaborar con el medio ambiente, y generar consciencia dentro de la sociedad [1].

La aplicación del Biocomercio y los Negocios sostenibles en las empresas de América Latina, están relacionados con la sostenibilidad y la moda ecológica. Durante el siglo XXI, se desarrolló un proyecto, que contó con la participación de entidades como el Fondo para el Medio Ambiente Mundial, Programa para las Naciones Unidas a fin del Medio Ambiente y CAF4, desde el ámbito internacional; y desde la esfera nacional el Fondo Biocomercio, la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones y la Comisión de Promoción Turística y de Exportaciones del Perú, en alianza estratégica con los Ministerios de Ambiente de cada país [2].

El Biocomercio y los Negocios sostenibles se presentan como dos de las soluciones a los problemas que enfrentan las empresas a nivel ambiental y social, en el siglo XXI [3]. Las

empresas sustentables se encuentran en un período de continuo crecimiento, pues por un lado encontramos normativas encaminadas a lograr más sustentabilidad en las mismas, por otro lado el número de consumidores que buscan productos sustentables día a día va en aumento, lo que obliga a las empresas a incurrir en gastos de campaña de marketing para obtener una ventaja competitiva en el mercado [4].

El biocomercio genera beneficios económicos y es una alternativa a través de la cual se busca promover la inversión y el comercio de productos y servicios de la biodiversidad, promover el desarrollo sustentable con el fin de contribuir a la conservación del medio ambiente en general, práctica que conduce a la construcción de una industria en expansión en un contexto global para estos países es un regalo natural [5]. Por ello, los gobiernos, con su responsabilidad hacia el medio ambiente, han desarrollado marcos normativos para incentivar y promover el biocomercio como estrategia de desarrollo económico, social y comercial, pero sobre todo para promover la conservación del medio ambiente.

Cuando se habla de negocios sostenibles como proceso económico, podemos basarnos en las investigaciones sobre los emprendimientos en Colombia, es ahí donde se establece que lograr un sistema en el que el emprendimiento se incorpore efectivamente a la transición hacia la sostenibilidad requiere de una serie de elementos que integren diferentes actores y variables. Por lo tanto, el emprendimiento sostenible es un concepto que integra factores sociales y ambientales [6].

Los negocios sostenibles han ido evolucionando a través del tiempo, entre los cuales están los 3 pilares de la sostenibilidad (economía, sociedad y medio ambiente) [7]. Anteriormente se consumía cualquier producto, aunque se encuentren elaborados a causa de la sobre explotación de los recursos naturales, fabricados por colaboradores que laboran en condiciones injustas y en áreas que contaminan [8]. Actualmente muchas de las empresas en América Latina, sostienen como objetivo generar productos sostenibles para posicionarlos en el mercado [9]. Estos productos han tenido gran aceptación por parte de los usuarios, de tal forma, que se optó cambiar los hábitos de compra, y así promover que la mayoría de las empresas pretendan complacer las nuevas necesidades de los consumidores y fomenten la sostenibilidad [10].

Biocomercio engloba las actividades de producción, recolección, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad natural (recursos

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

genéticos, especies y ecosistemas) que incluyen criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica [11]. Biocomercio presenta buenas prácticas que contribuyen a la conservación y uso sostenible de la biodiversidad, la generación de empleo y el impulso para convertirse en un nuevo sector, lo que dificulta la financiación de proyectos debido a la presentación detallada específica de las pequeñas empresas y características rurales [12]

Los negocios sostenibles son empresas que mantienen un equilibrio entre los factores medio ambientales, económicos, y sociales. La sostenibilidad significa cambiar la forma en que vivimos para maximizar las oportunidades que permitan que las condiciones ambientales y sociales respalden la seguridad, el bienestar y la salud de las personas [13]. Oncioiu afirma: Lo que es bueno para el medio ambiente no es necesariamente malo para los negocios [14].

En la actualidad se reconoce el Biocomercio y los Negocios sostenibles, así como innovaciones empresariales orientadas hacia productos y procesos verdes, respetuosos con el medio ambiente y esenciales para la sociedad [14]. Los negocios sostenibles y el biocomercio son una respuesta sólida y adecuada para el contexto social latinoamericano, donde el conservar la biodiversidad y el crecimiento están acoplados por la inclusión social y la sostenibilidad de los ingresos generados y distribuidos equitativamente [2]. Finalmente, la sociedad actual exige que la actividad empresarial sea responsable y sostenible [15]; es por ello que este artículo presenta los hallazgos de una revisión del tema, con el objetivo de comprender su definición, aplicación y beneficios para las empresas latinoamericanas.

Como resultado, este estudio se basa en una revisión sistemática de la literatura existente sobre el tema ¿Cuáles son las tendencias del biocomercio y los negocios sostenibles y como se aplican en las empresas de América Latina para lograr maximizar sus beneficios? con el objetivo de determinar el uso del Biocomercio y las prácticas empresariales sostenibles en las empresas latinoamericanas, entre los años 2015-2022.

II. METODOLOGÍA

El método de estudio realizado para esta investigación fue una revisión sistemática de la literatura científica, lo que generó la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las tendencias del biocomercio y los negocios sostenibles y como se aplican en las empresas de América Latina para lograr maximizar sus beneficios? De igual manera, se usó el formato IMRD (introducción, métodos, efectos, debate). Por otro lado, empleamos el método Prisma para identificar, seleccionar, evaluar y sintetizar estudios respecto a nuestro tema.

Para nuestra búsqueda de investigación utilizamos fuentes bibliográficas confiables. En el cual se consideran los principales criterios: idioma, año de difusión, relación entre ellos y variables, forma de introducción, técnica, efectos y debate, tipo de documento (documentos de investigación considerados relevantes), para posteriormente hacer una recopilación de información respecto a nuestro tema.

Proceso de recolección de información

Delimitamos las bases de información que se usaron en la recolección de información, las cuales fueron: Redalyc, Base, Dialnet, Scielo, Google Académico y Ebsco. Dentro de estas, logramos seleccionar un total de 30 artículos científicos, que se describen a continuación:

Redalyc

((“Biocomercio” o “Moda ecológica”)) y (“Negocio Sostenible” o “Sostenibilidad”)) encontramos 5 artículos científicos.

Base

((“Biocomercio” o “Productos Sostenibles” y “Desarrollo Sostenible”)), encontramos 8 artículos científicos.

Dialnet

((“Sostenibilidad” o “Emprendimiento Sostenible”) y (“Eco emprendimiento”)), encontramos 10 artículos científicos.

Scielo

((“Emprendimiento Sostenible” o “Desarrollo Sostenible”)) y (“Biocomercio”)) encontramos 4 artículos científicos.

Google Académico

((“Biocomercio” y “Biodiversidad”)), encontramos 2 artículos científicos.

Ebsco

((“Biocomercio”) y (“Productos Sostenibles”)), encontramos 1 artículo científico.

Para iniciar la búsqueda del artículo correcto, se eligieron las siguientes palabras clave: negocio sostenible, biocomercio, sostenibilidad, moda ecológica, productos sostenibles, desarrollo sostenible sostenibilidad y emprendimiento sostenible.

Perspectivas de aportes y descartes

Se seleccionaron los documentos almacenados dentro de las bases de datos científicas entre los años 2015-2022, en idioma Castellano e inglés, que demuestran las tendencias y la aplicación del Biocomercio y los Negocios Sostenibles en las empresas de América Latina.

Como criterio de inclusión, consideramos el grado de aplicación de Biocomercio en la guía de los negocios sostenibles de las empresas en América Latina, dentro de los años 2015-2022, además de su importancia en la actualidad para maximizar los beneficios en las organizaciones.

En relación al criterio de exclusión, se precisó que el Biocomercio no está puesto en práctica en todas las organizaciones y a pesar del esfuerzo por cambiar el sistema productivo sostenible no se ha conseguido generar conciencia dentro de estas. Algunas empresas se siguen beneficiando y actuando con prácticas poco sostenibles.

La investigación en la revisión sistemática planteará las tendencias y aplicaciones del Biocomercio y de los Negocios Sostenibles en las empresas de América Latina. Para nuestra búsqueda y extracción de información, utilizamos 6 buscadores académicos y adaptamos los criterios de inclusión y exclusión por mutuo acuerdo.

III. RESULTADOS

Luego de una selección decisiva entre 30 documentos científicos, se generó una tabla con la lista de documentos científicos, en la que destacan sus principales características: los títulos, Autor del trabajo, base de datos, nombre del estudio y año de publicación. El proceso de identificación sobre las tendencias y la aplicación del biocomercio y los negocios sostenibles, dentro de las empresas en América Latina se realizó sobre los artículos seleccionados.

TABLA I
MATRIZ DE REGISTRO DE ARTÍCULOS

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	AUTOR	BASE DE DATOS
Biocomercio, comercio justo y asociatividad modelo para los superfoods peruanos	Eduardo Buse Thorne / Mario Chong / Luz Vilchez Túpac	REDALIC
Biocomercio y desarrollo sostenible en las exportaciones: una revisión sistemática de la literatura científica	Kcomt Ruiz, Ana Maria del Cielo / Trujillo Miranda, Karol	BASE
Biocomercio y negocios verdes como estrategia para el desarrollo sostenible en el departamento de Risaralda	Yaneth Rocio Cano Agudelo / Juan Montoya Villegas	BASE
Nuevos modelos de negocio de la moda: un análisis basado en arquetipos de negocio sostenible	Kyung Ha Lee	REDALYC
La sostenibilidad desde una perspectiva de las áreas de negocios	Sergio Manuel Madero Gómez / Itzel Alejandra Zarate Solís	DIALNET
Sostenibilidad, clave del alto rendimiento en los negocios	Matías Alonso	DIALNET
Productos sostenibles en mercados internacionales	Claudia Milagros Gallucci Suárez	DIALNET
Emprendimiento sostenible en Colombia: fortalezas y oportunidades	Ángela Yineth Camargo Calderón / Luisa Fernanda Latorre Carrillo / Jennifer Lorena Gómez Contreras	SCIELO
Productos de biocomercio con mayor tendencia y potencial en el mercado latinoamericano	William Camilo Mendoza Parada y Ángel Joel Cárdenas Rodríguez	EBSCO
Retos de América Latina: Agenda para el Desarrollo Sostenible y Negociaciones del Siglo XXI	Ana María Álvarez	REDALIC
Arquitectura empresarial sostenible: un enfoque integral en los negocios	Walter Andia Valencia Javier Rey	REDALIC

	Colquicocha Carrascal Fidel Malca Peréz	
Programas de Posgrado en Crecimiento Verde y Desarrollo Sostenible: una aproximación comparativa	Fairlie Reinoso, Alan	SCIELO
Biocomercio y biodiversidad en el Ecuador. Oportunidades	Neyfe Sablón Cossío, Matteo Radice, Marcelo Luna Murillo, Nelly	GOOGLE ACADEMICO
La Economía Ecológica como Alternativa al Extractivismo en la responsabilidad de América Latina frente al Cambio Climático	Antonio De Lisio	REDALIC
Aporte del biocomercio como fuente de fomento y desarrollo sostenible	Anchundia, Juan C. Ramos Romero, Janet E. Pazmino Ramirez	GOOGLE ACADEMICO
Eco emprendimiento, sostenibilidad y generación de valor	Adriana María Arroyave-Puerta / Flor Ángela Marulanda-Valencia	SCIELO
Biocomercio y sostenibilidad: análisis en torno a las materias primas de las artesanías en Colombia	Casas, Luisa Fernanda/ Lozano, Alejandro	DIALNET
Biocomercio en el contexto suramericano: Colombia y Perú como estudios de caso	Tatiana Jiménez / Jaleydi Cárdenas / Diego Soler-Tovar	SCIELO
Negocios sostenibles al amparo de la nueva economía circular	Sergi Paniagua	DIALNET
Educación para la Sostenibilidad: Diseñando Propuestas de Negocio Verde	López, Germán	BASE
Cultura y emprendimiento sostenible	Raquel Antolín López/ Hicham El Hadrouji Fellah	DIALNET
Biocomercio: oportunidad de desarrollo empresarial	Primo Tapia, Wilfrido de Jesús	DIALNET
La asociatividad y la sostenibilidad	Susy Inés Bello Knoll	DIALNET
Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones	Diana Cristina Rodríguez Moreno	DIALNET
Biocomercio Andino. Respuestas innovadoras y soluciones sostenibles para el desarrollo local en América Latina	García Rodríguez, Enrique / Castro de Doens, Ligia / Gómez-García Palao, René/ Vega Zuleta, Marisela/ Vignati, Federico	BASE

La empresa sostenible desde un punto de vista económico, ecológico y social.	López Manzano, Javier	BASE
Un proceso estratégico para la empresa sostenible: Cultura, Ventaja Adaptativa y Estrategia	Bueno Campos, Eduardo/Morcillo Ortega, Patricio	BASE
Empresas sostenibles y cultura organizacional de futuro: una mirada proxémica	Plata de Plata, Dalia	BASE
Biocomercio: una nueva oportunidad para Colombia	Ibañez Galindo, Jessika Mayerlin/Rodríguez Valencia, Diana Carolina	BASE
Oportunidades en el emprendimiento sostenible	Chaluisa, Sonia Fabiola/ Maldonado Mangui, Silvia Paulina/Villa-Andrade, Luisa Carolina	DIALNET



Fig. 1. Temporalidad de la elección de artículos en la revisión sistemática

Se observa que durante los años 2015-2022, en el año 2017 obtuvimos la mayor cantidad de artículos descargados.

Posteriormente, en la tabla 3, cada artículo seleccionado se analizó, se recuperaron las contribuciones de cada autor y luego se agruparon según su importancia en las siguientes categorías:

Nota: Para la elaboración de esta tabla se procedió a extraer la información encontrada en las bases de datos según la matriz de revisión de documentos sistemática.

En la siguiente tabla, los artículos se han agrupado según 3 puntos de vista: año de difusión, base de datos, modelo de documento.

TABLA II
CUALIDADES DE LOS ESTUDIOS

Base de datos	Nº	%	Modelo de documento	Nº	%	Año de difusión (2015 - 2022)	Nº	%
Redalyc	5	17%	Artículo científico	30	100%	2015	2	7%
Base	8	27%				2016	5	17%
Dialnet	10	33%				2017	6	20%
Scielo	4	13%				2018	4	13%
Google Académico	2	7%				2019	3	10%
Ebsco	1	3%				2020	4	13%
						2021	5	17%
						2022	1	3%
TOTAL	30	1.00	TOTAL	30	100%	TOTAL	30	100%

Nota: Para elaborar esta tabla, se han agrupado los artículos de la matriz según el año de difusión, modelo de documento y la base de datos

Los artículos en la tabla de cualidades de los estudios para el criterio inicial son: 5 análisis se extrajeron de Redalyc, 8 artículos se obtuvieron de Base, 10 artículos de Dialnet, 4 artículos de Scielo, 2 artículos fueron obtenidos de Google Académico y por último en Ebsco, 1 artículo. En el punto de vista del modelo de documento, hubo 30 documentos científicos. Finalmente, en el punto de vista del año de difusión, se encontraron 30 resultados publicados en un período de 7 años.

TABLA III
CLASIFICACIÓN DE CATEGORÍAS

CATEGORÍAS	CONTRIBUCIONES
Definición de marca biocomercio y negocios sostenibles	El biocomercio es un producto derivado de la biodiversidad endémica (recursos genéticos, especies, ecosistemas) combinado con otras actividades de conservación y aprovechamiento sustentable basadas en la sustentabilidad ambiental, social y económica La producción, recolección, conversión y comercialización de servicios [11]. Los negocios sostenibles son empresas que mantienen un equilibrio entre los factores medio ambientales, económicos, y sociales. Sostenibilidad significa transformar nuestras formas de vivir para maximizar las oportunidades que permitan que las condiciones ambientales y sociales soporten la seguridad humana, salud y bienestar” [13].
Características clave de bio -comercio y sostenibilidad empresarial	El biocomercio incluye un enfoque de cadena de valor (fortalecer las cadenas productivas, involucramiento de los actores, implementación de mejores prácticas, compartir intereses), un enfoque de gestión adaptativa (apoyo a prácticas sostenibles, impacto en las especies). Hay tres enfoques: pronóstico, mejora de la producción, prácticas de manejo) y el ecosistema. Visiones integradas de enfoques, aspectos sociales y ecológicos, e interacciones y procesos relacionados con los sistemas productivos [16]. Una empresa sustentable crea valor económico, ambiental y social a mediano y largo plazo, contribuyendo así a la felicidad y el progreso real de las generaciones presentes y futuras, en su entorno común. [17].
Fundamentos del biocomercio y los negocios sostenibles	Deben introducirse regla y hábitos que se aproximen al respeto por el Biocomercio, por ejemplo: aprovechamiento sostenible (planes de manejo forestal de especies no maderables, sistemas de agricultura orgánica; investigación) información para el monitoreo ambiental); distribución de beneficios (transferencia de tecnología a productores, fortalecimiento de organizaciones, establecimiento de contratos transparentes y justos); sostenibilidad económica (diversificación hacia mercados sostenibles y mejora de la calidad). [18]. La empresa sostenible es un modelo económico con tres pilares: beneficio económico, conservación de la biodiversidad y consideraciones comunitarias. El

	insumo fundamental es la biodiversidad biológica [19].
Oportunidades del biocomercio y los negocios sostenibles	La conciencia de la oportunidad se considera un elemento esencial del espíritu empresarial, incluido el espíritu empresarial sostenible, porque el espíritu empresarial, por definición, es el descubrimiento y la explotación de oportunidades rentables, mientras que el espíritu empresarial sostenible se trata de descubrir, crear y explotar oportunidades para crear bienes y servicios futuros que apoyen el medio natural Medioambiente y el medio ambiente de la comunidad, al mismo tiempo que proporciona beneficios de desarrollo a la sociedad. [20]. Patzelt & Shepherd argumenta que los puntos de vista expresados en el marco tradicional de investigación del emprendimiento no son suficientes para explicar el reconocimiento de oportunidades en el emprendimiento sostenible, ya que solo consideran aspectos económicos [21]. Proponen un modelo conceptual y un conjunto de proposiciones que brindan posibles explicaciones de cómo los emprendedores sostenibles reconocen las oportunidades. De acuerdo con este modelo, el reconocimiento de oportunidades sostenibles está influenciado por cuatro factores, a saber, el conocimiento previo del entorno natural y las comunidades, la motivación para lograr beneficios personales (percepción de amenazas, etc.); motivación para desarrollar beneficios para los demás (altruismo); y el conocimiento empresarial, conceptualizado por estos autores como un factor de moderación.
Relación entre el Biocomercio y los Negocios Sostenibles	Actualmente se reconoce el Biocomercio y los Negocios sostenibles, como modernizaciones organizacionales en productos y procesos verdes que son respetuosos con el medio ambiente y esenciales para la sociedad. [14]. Los negocios sostenibles y el comercio orgánico son una reacción fuerte y adecuada al contexto social latinoamericano, donde la conservación y el crecimiento de la biodiversidad van de la mano con la unión social y la sostenibilidad de los ingresos creados y repartidos imparcialmente [15].
Importancia del Biocomercio y Los Negocios Sostenibles	El biocomercio y los negocios sustentables se visualizan como dos de las soluciones a los desafíos ambientales y sociales que enfrentan las empresas del siglo XXI . Las empresas sustentables se encuentran en un período de continuo crecimiento, pues por un lado encontramos normativas encaminadas a lograr en ella una mayor sustentabilidad, por otro lado, un número cada vez mayor de consumidores busca productos sostenibles, lo que obliga a las empresas a hacerse cargo de los gastos. Campaña de marketing sostenible para alcanzar una superioridad competitiva en el mercado. [4]. Biocomercio genera beneficios económicos y es una alternativa para promover la inversión y el comercio de productos y servicios de la biodiversidad para promover el desarrollo sostenible y contribuir a la conservación del medio ambiente en general, ampliando los países con capital natural Conduce a la formación de un contexto industrial global [5].

Tendencias del biocomercio y los negocios sostenibles en las empresas	Hoy, las tendencias mundiales actuales y en el contexto de globalización de la dinámica ambiental, son acciones que se promueven para incentivar la productividad sustentable, disposición que apoya en gran medida el intercambio de bienes y servicios derivados de la biodiversidad, así como la competitividad de quienes trabajan en la sector doble. A nivel corporativo, el enfoque ambiental crea oportunidades para aumentar la productividad, y las ventas, para estas empresas [22]. El biocomercio es una operación muy eficiente para muchos países y se puede afirmar que es un gran modelo comercial para distintos países en desarrollo, porque esos países son pequeños y con altos índices de biodiversidad, este gigante podrá empezar a ganar una inmensa virtud parecida en el comercio internacional, todo gracias a las principales tendencias ecológicas que están en constante evolución en todo el mundo para contribuir más con el medio ambiente.
Barreras del Biocomercio y Negocios Sostenibles	A pesar del crecimiento de las iniciativas biocomerciales en los últimos años, existen diversas barreras para su integración, entre ellas la dificultad de acceder al conocimiento y dirigir las actividades con base en el mercado, intermediarios y consumidores de productos biocomerciales.[23]. Las empresas sostenibles enfrentan a Barreras comerciales que les impiden crecer con éxito, como la información incompleta, intervención del gobierno, poder de monopolio y mecanismos de fijación de precios engañosos que mejoran el status quo de la tecnología dominante y los intereses de los consumidores. [24].

Nota: Para esta tabla, seleccionamos las contribuciones extraídas de los artículos que se encuentran en la tabla de lista de artículos y seleccionamos de forma metódica.

En la tabla de inducción de categorías se han analizado 30 artículos, extrayéndose las aportaciones más importantes a la evaluación sistemática, que se organizan en 9 niveles, en la tabla 3 cuenta con los siguientes niveles: Definición de marca biocomercio y negocios sostenibles, Cualidades claves del bio -comercio y sostenibilidad empresarial. Fundamentos del biocomercio y los negocios sostenibles, Oportunidades del biocomercio y los negocios sostenibles, La relación entre el biocomercio y los negocios sostenibles, La importancia del biocomercio y los negocios sostenibles, Tendencias en biocomercio y negocios sostenibles, barreras al biocomercio y negocios sostenibles.

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

DISCUSIÓN

En la investigación realizada entre los años 2015 – 2022 se seleccionaron los 30 artículos que se encontraron, se procedió a la identificación de las tendencias y la aplicación del biocomercio y los negocios sostenibles en las empresas de América Latina. De acuerdo a los autores Cherian y Jacob, “las tendencias del biocomercio y los negocios sostenibles, son: las soluciones a los desafíos ambientales y sociales que están enfrentando las empresas en el siglo XXI, al promover el comercio de productos ecológicos que contribuyan a la sostenibilidad” [4]. Zaluaga afirma que “hoy las tendencias

mundiales y actuales, son acciones que se promueven para incentivar la productividad sustentable, disposición que apoya en gran medida el intercambio de bienes y servicios derivados de la biodiversidad [25]. A nivel corporativo, el enfoque ambiental crea oportunidades para aumentar la productividad, y las ventas, para estas empresas” [26].

Por otro lado, se aborda en esta investigación, las oportunidades y la importancia de estas tendencias en las organizaciones, planteando que el biocomercio y los negocios sostenibles, están generando más beneficios a las empresas, porque impulsan la inversión y el comercio de productos y servicios ecológicos, promoviendo el desarrollo sostenible y contribuyendo para frenar los problemas que enfrentan las empresas a nivel ambiental y social, confirmamos que estas tendencias son cada vez más aplicadas en las organizaciones, actualmente muchas de las empresas en América Latina, han empezado a aplicar este modelo de negocio, generando productos sostenibles para posicionarlos en el mercado y promover el biocomercio en los consumidores y en el resto de empresas [27].

CONCLUSIONES

Del mismo modo concluimos que las tendencias del Biocomercio y los Negocios Sostenibles, son: acciones que se promueven para incentivar la productividad sustentable de productos ecológicos derivados de la biodiversidad, y que son dos de las soluciones que presentan las empresas en el siglo XXI, ante los desafíos ambientales y sociales. Posteriormente su aplicación en las empresas Latinoamericanas, permiten identificar sus oportunidades y la importancia para lograr maximizar los beneficios de las organizaciones que las están implementando.

El Biocomercio es tendencia global y se está implementando como oportunidad de mejorar las empresas tradicionales, busca incentivar los Negocios Sostenibles, ya que ambos son complementarios. En los Negocios Tradicionales, se busca generar beneficios sin importar el daño que se pueda estar causando mediante la explotación de los recursos naturales o a través de la elaboración de productos hechos por personas que trabajan en condiciones injustas y en áreas que contaminan el medio ambiente y afecta a la sociedad, mientras que en los Negocios Sostenibles logran maximizar sus beneficios económicos, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y de la sociedad, a través de, la productividad, acumulación, y promoción en productos provenientes de la diversidad biológica, promoviendo así la sostenibilidad.

REFERENCIAS

- [1]. Jiménez, Tatiana, Cárdenas, Jaleydi, y Soler-Tovar, Diego. “Biocomercio en el contexto suramericano: Colombia y Perú como estudios de caso”. *Revista de Medicina Veterinaria*, (35), 9-15. Recuperado el 03 de mayo de 2022, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-93542017000300009&lng=en&tln=es. 2017.
- [2]. García Rodríguez, E., Castro de Doens, L., Gómez-García Palao, R., Vega Zuleta, M., & Vignati Scarpati, F. “Biocomercio Andino. Respuestas innovadoras y soluciones sostenibles para el desarrollo local en América Latina”. Lima: CAF. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/889>. 2015.
- [3]. Bértola, L., y Ocampo, J. A. “La economía latinoamericana durante las primeras décadas del siglo XXI”. *El Trimestre Económico*, 89(353), 39-71. <https://doi.org/10.20430/ete.v89i353.1425>. 2022.
- [4]. Álvarez, Ana María. “Retos de América Latina: Agenda para el Desarrollo Sostenible y Negociaciones del siglo XXI. *Problemas del Desarrollo*”. *Revista Latinoamericana de Economía*, 47 (186),9-30. [fecha de Consulta 3 de Mayo de 2022]. ISSN: 0301-7036. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11846179002>. 2016.
- [5]. Primo Tapia, W. D. “Biocomercio: oportunidad de desarrollo empresarial”. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 27, 107-124. <https://doi.org/10.5209/CESE.57373>. 2017.
- [6]. Camargo Calderón, A., Latorre Carrillo, L., Gómez Contreras, J. “Fortalezas y oportunidades del emprendimiento sostenible en Colombia. Cali”. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452020000300190&lang=es. 2020.
- [7]. Cano Agudelo, Y. R., y Montoya Villegas, J. D. “biocomercio y Negocios verdes como estrategia para el desarrollo sostenible en el departamento de Risaralda”. *riads. Revistas De Investigación Agropecuaria Y Desarrollo Sostenible*, 1(1), 32–41. Recuperado a partir de <https://revistas.sena.edu.co/index.php/riads/article/view/429>. 2016.
- [8]. Chaluja, S.; Maldonado, S.; Villa, L. “Oportunidades en el emprendimiento sostenible”. *Polo del Conocimiento: Revista científica - profesional*, ISSN-e 2550-682X, Vol. 7, N.º. 1, 2022. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8331463>. 2022.
- [9]. Mendoza, W. C., y Cárdenas, A. J. “Productos de biocomercio con mayor tendencia y potencial en el mercado latinoamericano”. *Revista Investigación y Gestión*, 1 (1), 59-67. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ID/article/view/1519/1422>. 2018.
- [10]. Ha Lee, Kyung, y Mendes, “Francisca. Novos modelos de negocios da moda: uma análise com base nos arquétipos de negócios sustentáveis”. *ModaPalavra e-periódico*, 14(32),152-180.[fecha de Consulta 3 de Mayo de 2022]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514066979009>. 2021.
- [11]. Medina, S., Ramos, J., y Pazmiño, J. “Aporte del biocomercio como fuente de fomento y desarrollo sostenible”. *Polo del Conocimiento*, No 5, 206 – 223. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/70>. 2017.
- [12]. Rodríguez, D. “Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones”. *Revista Katharsis*, N. 21, pp.419-448. Recuperado de <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>. 2016.
- [13]. Malca Pérez, Fidel, Andía Valencia, Walter, y Colquicocha Carrascal, Javier Rey. “Arquitectura empresarial sostenible: un enfoque integral en los negocios”. *Ciencias Administrativas*, (18),75-86.[fecha de Consulta 3 de Mayo de 2022]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511666548007>. 2021.
- [14]. Arroyave-Puerta, A. M.; Marulanda-Valencia, F. A. “Ecoemprendimiento, sostenibilidad y generación de valor”. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (87), 155-172. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2411>. 2019.
- [15]. Plata de Plata, D. “Empresas sostenibles y cultura organizacional de futuro: una mirada proxémica”. *REDIELUZ*, 11(2), 155-162. Recuperado a partir de <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/redieluz/article/view/37622>. 2021.
- [16]. Kcomt, A. M., y Trujillo, K. “Biocomercio y desarrollo sostenible en las exportaciones: una revisión sistemática de la literatura científica (Trabajo de investigación)”. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/27120>. 2020.

- [17]. Javier López, J. “La empresa sostenible desde un punto de vista económico Social y Ecológico”. Madrid. <http://hdl.handle.net/11531/24113>. 2018.
- [18]. Bello, S. “La asociatividad y la sostenibilidad”. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, ISSN-e 1668-0227, N° 106, 2020. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7415691>. 2020.
- [19]. Buse Thorne, Eduardo, Chong, Mario y Vilchez Túpac, Luz. “Biocomercio, comercio justo y asociatividad modelo para los super alimentos peruanos”. *Industrial Data*, 20 (2),71-77.[fecha de Consulta 3 de mayo de 2022]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81653909010>. 2017.
- [20]. López, R.; Hadrouji, H. “Cultura y emprendimiento sostenible. AECA”. Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, ISSN 1577-2403, N° 126 (Junio), 2019, págs. 12-16. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7036060>. 2019.
- [21]. Madero-Gómez, S. M. Zárate Solís, I. A. “La sostenibilidad desde una perspectiva de las áreas de negocios”. Cuadernos de Administración, 32(56), 719. Colombia. <http://cuadernosdeadministracion.univalle.edu.co/>. 2016.
- [22]. De Liso, Antonio. “La Economía Ecológica como Alternativa al Extractivismo en la Responsabilidad de América Latina frente al Cambio Climático”. Tierra. Nueva Etapa, XXXVI (59), [fecha de Consulta 3 de Mayo de 2022]. ISSN: 1012-7089. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72166221003>. 2020.
- [23]. Campos, E.; Morcillo, P. “Un proceso estratégico para la empresa sostenible: Cultura, Ventaja Adaptativa y Estrategia”. Participaciones en congresos [141]. Recuperado de: <https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/456>. 2019.
- [24]. Ibáñez, J. M. y Rodríguez, D. C. “Biocomercio: una nueva oportunidad para-Colombia”. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/7245>. 2013.
- [25]. Matías A. “Sostenibilidad, clave del alto rendimiento en los negocios”. Boletín de estudios económicos, ISSN 0006-6249, Vol. 63, N° 195, 2008. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2798761>. 2018.
- [26]. Fairlie Reinoso, Alan. “Programas de Posgrado en Crecimiento Verde y Desarrollo Sostenible: una aproximación comparativa”. *Educación*, 26(50), 62-87. <https://dx.doi.org/http://doi.org/1018800/educacion.201701.004>. 2017.
- [27]. Gallucci, C. “Productos sostenibles en mercados internacionales”. Emprendimiento y negocios internacionales, ISSN-e 2530-5603, Vol. 6, N°. 1, 2021. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8147616>. 2021.