

**La Economía Circular como oportunidad para mejorar el desarrollo en las empresas  
colombianas.**

**María Claudia Ramírez Burgos**

**Código 2101734**

**Universidad Militar Nueva Granada**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Programa de Economía**

**Diplomado de Alta Gerencia**

**Ismael Plata**

**2020**

## **Resumen**

En la actualidad hemos visto cómo la producción ha evolucionado a nivel mundial y a su vez el consumo masivo aumenta, lo que ha tenido resultados poco satisfactorios a nivel ambiental por el modelo de producción lineal que tienen las empresas, como respuesta a esto existe una estrategia de Economía Circular que pueden adoptar como solución. El presente trabajo pretende evidenciar aquellas ventajas que enfrentarían las empresas colombianas al implementar esta nueva propuesta a través de un análisis de documentación dando contexto de los principios de la Economía Circular y cómo puede afectar a nivel empresarial sin importar su objeto social, por medio de ejemplos reales animarlas a cambiar su estructura y modelo de producción a favor del medio ambiente logrando mejorar su desarrollo empresarial de acuerdo con las tendencias de consumo actuales.

**Palabras clave:** Economía circular, producción, ventajas, desarrollo empresarial, consumo.

## **Abstract**

Nowadays we have seen how production has evolved worldwide and mass consumption increases, which has had unsatisfactory results at the environmental level due to the linear production model that companies have, in response to this there is a strategy of Circular Economy that they can adopt. This paper aims to show those advantages that Colombian companies would face when implementing this new proposal through an analysis of documentation giving context to the principles of the Circular Economy and how it can affect at the business level regardless of its corporate purpose, through examples real encourage them to change their structure and

production model in favor of the environment, achieving their business development in accordance with current consumer trends.

**Key words:** Circular economy, production, advantages, business development, consumption.

## 1. Introducción

Existe una tendencia que ha ido tomando fuerza llamada estrategia de Economía Circular (EC) y Colombia ya lanzó la primer propuesta de EC en América Latina en el año 2018, su modelo consiste en el sistema de extracción de activos ambientales, producción de bienes y servicios, consumo y uso, cierre y optimización en los ciclos de vida de los materiales y productos (DANE 2020).

Las empresas colombianas han tenido que plantearse un nuevo modelo para llevar a cabo su objeto social, sin embargo a pesar de la existencia de esta estrategia, hay poco conocimiento acerca de los beneficios que esta les podría traer, por lo tanto hay muchas empresas que siguen manteniendo sus modelos estructurales y de planeación en una economía lineal, alejándose del objetivo que tiene el país de llevar a cabo cambios para hacer de la sostenibilidad una alternativa factible para el desarrollo empresarial y nacional.

En los resultados del Índice de Sostenibilidad de Dow Jones (DJSI) según la revista Dinero (2020), que mide a las compañías más sostenibles del mundo, entre otros aspectos por realizar las mejores prácticas de gestión y buenas políticas ambientales, se destacan siete empresas colombianas; Grupo Argos, Grupo Éxito, Grupo Sura, Davivienda, ISA, Bancolombia y Grupo Nutresa, que dan evidencia de lo posible que es lograr ofrecer productos y servicios que aporten al medio ambiente. Además de tener empresas pilares en esta estrategia, hay muchas que ya se han

sumado a la iniciativa y a pesar de no estar en el índice mundial, sí están dejando huella por sus propuestas sostenibles, pero también hay muchas otras que siguen operando de forma contaminante, sin ver la necesidad de cambio para los consumidores y el medio ambiente.

El objetivo de este documento es mostrar las ventajas a las que se enfrentarían aquellas empresas que aún no han dado el paso a la circularidad, contextualizando la estrategia de Economía Circular (EC), para luego exponer algunos ejemplos de compañías que ya pusieron en práctica un modelo de EC en su respectivo objeto social y dan evidencia de los principales beneficios que representa su implementación para las empresas, esto con el fin de animarlas a generar un cambio interno y evidenciar que la implementación de un modelo de Economía Circular en las empresas colombianas representa una oportunidad de desarrollo en su estructura y modelo de producción, así como en el crecimiento económico de la misma y la confianza inspirada en sus clientes que demandan un cambio sostenible en la actualidad.

## 2. Marco Referencial

### 2.1 Marco Teórico

En el último siglo hemos escuchado acerca de un término que pretende dar solución a varias problemáticas económicas y ambientales que enfrentamos en la actualidad y se avecinan en el futuro, este concepto es “Economía Circular”, si bien le podemos dar definición y características propias, su significado nace según la Fundación Ellen MacArthur (2017), de un conjunto de siete teorías de diferentes autores desde los años 70’s, que como pioneros le dan fundamento a este nuevo fenómeno.

Se considera que el estadounidense John T. Lyle en 1994 fue quien puso las bases de esta teoría al desarrollar la idea de **Diseño Regenerativo**, que según Heavengrown (2020), consiste en diseñar proyectos sostenibles que mantuvieran un ciclo cerrado que fusione procesos naturales y

humanos para no solo conservar y reutilizar los recursos naturales, sino potenciarlos para alargar su vida útil. Como resultado consideró a las ciudades como Ecosistemas Urbanos, que como cualquier otro ecosistema dinámico en la tierra, tienen la función de consumir, transformar, y liberar materiales y energía, generando finalmente una adaptación y desarrollo en su propio entorno.

Otro actor importante en esta escuela de pensamiento es Walter Stahel (2006), en su libro *“Performance Economy”*, que en español significa **Economía del rendimiento**, habla del desarrollo enfocado en un proceso de producción de ciclo cerrado, teniendo en cuenta tres aspectos fundamentales; sea financieramente sostenible, cree empleo regional para disminuir costos y aumente la eficiencia y preserve el medio ambiente. Lo anterior se logra teniendo como base 5 pilares; conservación de la naturaleza (como necesidad de preservar la vida del planeta), toxicidad limitada (para mejorar la salud de los humanos), producción de recursos (que permita el desarrollo de países menos industrializados), ecología social (pretende integrar a la sociedad como un todo garantizando los derechos y deberes de cada individuo) y ecología cultural (que fomenta la educación de valores a la sociedad que generen impacto en el desarrollo).

A su vez dos autores que implementaron un término semejante según la Fundación Ellen MacArthur (2017), fueron Michael Braungart y Bill McDonough llamado “Cradle to cradle”; en español **“De la cuna a la cuna”**, el cual consistía en hacer eficaz la producción aumentando los impactos positivos y aumentar la eficiencia de la misma minimizando los aspectos negativos en términos técnicos y biológicos, de esta forma certificaron con este nombre aquellos productos que cumplían con ciclos de vida seguros para el medio ambiente y a su vez respetaran la salud humana.

La siguiente teoría que hace parte de las bases para la Economía Circular es la **Ecología Industrial**, la cual muy parecido a lo planteado en la teoría de Diseño Regenerativo, tiene como

objetivo considerar a la industria como un sistema natural de forma que actúe como un ecosistema en donde los desechos de una industria sean los recursos para otra y así sea posible disminuir la extracción de materias primas y contaminación (Eco-circular, 2020).

De la mano con las nuevas ideas de producción, Janine Beynus (1997) fue pionera con el libro “Biomimicry”, que en español traduce “**Biomímesis**” en el cual considera a la naturaleza una aliada para la innovación, buscando cómo resolver problemas actuales con información que nos brinda el ecosistema completo, apoyando la idea de sostenibilidad pero a diferencia de los anteriores autores, viendo la naturaleza como un modelo de aprendizaje, en vez de un medio de extracción para producir.

Ahora bien, existe una teoría que podemos considerar es la que más se acerca a la estrategia circular y esta es la **Economía Azul** descrita en el libro de Gunter Pauli, con la cual busca asemejar todos nuestros procesos, sean industriales o no, a los que realiza la naturaleza por sí misma en la cual el concepto de basura no existe, por el contrario cada residuo es aprovechado para volver a generar otra forma de energía y nosotros deberíamos reutilizar de la misma forma cada material residual para crear nuevos productos y servicios (OVACEN, 2020).

Por último pero no menos relevante se encuentra el **Capital Natural**, el cual a diferencia del Capital humano, tiene en cuenta aquellos recursos que brinda el mundo de forma natural, tal como el agua, el suelo y los seres vivos, a él hicieron referencia los autores Paul Hawken, Amory Lovins y Hunter Lovins en su libro “Capitalismo Natural”, donde fundamentan la importancia del medio ambiente en los intereses comerciales y ratifican la importancia de generar cambios en los modelos de producción para eliminar o disminuir el desperdicio y así poder cumplir con el ciclo de regeneración de recursos (Fundación Ellen MacArthur, 2017).

## 2.2 Marco Conceptual

Por lo descrito anteriormente podemos afirmar que el concepto de Economía Circular surge de la necesidad de adoptar un sistema de producción más saludable para el planeta y para los humanos, según los autores referenciados como Stahel, McDonough y Benyus, este modelo tiene en cuenta un ciclo de producción técnico y biológico, es decir, no adopta únicamente recursos naturales sino que busca aprovechar aquellos recursos creados por el hombre para su rediseño y regeneración.

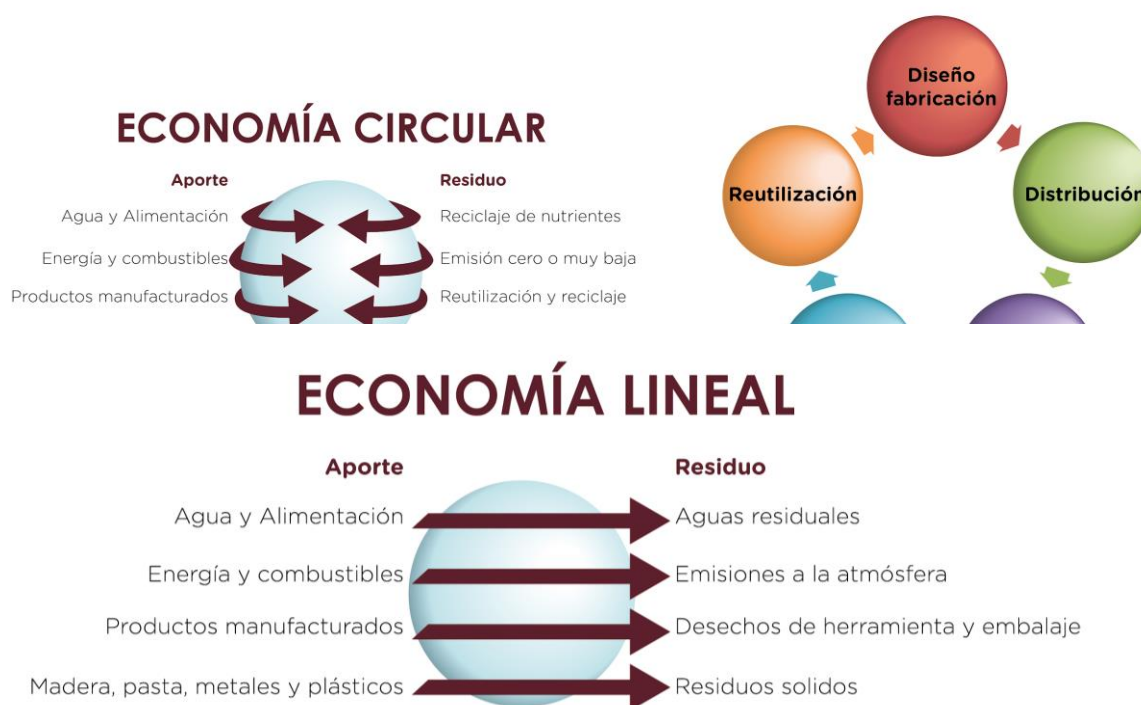
A diferencia del enfoque de Economía lineal al que estamos acostumbrados, donde adquirimos un nuevo producto, lo usamos y cuando no funciona o sale al mercado uno mejor, lo deseamos y compramos uno nuevo, haciendo que los recursos sean finitos, los residuos sean tóxicos y no sea sostenible a largo plazo, la Economía Circular busca adoptar una estrategia a largo plazo en donde la economía funcione en todas las escalas y proporciona beneficios tanto ambientales como sociales.

Según la Fundación Ellen MacArthur (2017), que centraliza sus estudios en este tema, existen tres principios básicos para dar cumplimiento al ciclo; preservar y mejorar el capital natural mediante el control de existencias finitas y el equilibrio de los flujos de recursos renovables, optimizar el rendimiento de los recursos haciendo circular los productos, componentes y materiales en uso con la máxima utilidad en todo momento, tanto en los ciclos técnicos como biológicos y finalmente fomentar la eficacia del sistema, revelar y eliminar las externalidades negativas.

Lo anterior lo podemos visualizar de forma simple a través de la Figura 1, que refleja los cinco pasos básicos a realizar para una producción circular, la empresa debe pensar en el diseño y fabricación del producto, distribuirlo para que llegue a los consumidores, luego de esto garantizar

que sea posible su recuperación mediante el reciclaje y finalmente pueda ser reutilizado para la producción de un nuevo producto.

Figura 1. Proceso productivo en la Economía Circular. Tomado del Observatorio de desarrollo económico (2019).



A continuación en la Figura 2, veremos el comparativo con un modelo de Economía Lineal, en la cual solo centra su producción en llegar al consumidor final y no interioriza de dónde provienen sus recursos ni dónde terminarán los residuos que sus productos pueden generar.

Figura 2. Proceso productivo en la Economía Lineal. Tomado del Observatorio de desarrollo económico (2019).

Ambas pueden tomar los recursos iniciales del agua, energía y combustibles, productos manufacturados, madera, metales, entre otros. Sin embargo mientras la Economía Circular procura volver a obtener de ellos nutrientes, sistemas de abono y biogas, evitar las emisiones de gases



perjudiciales a la atmósfera y fomentar el reciclaje y reutilización, la Economía Lineal solo genera aguas residuales, emisiones a la atmósfera, desechos y residuos sólidos, dejando un gran perjuicio al medio ambiente y a la salud de los habitantes (Observatorio de desarrollo económico, 2019).

### **3. Ventajas de la economía circular en las empresas**

Como lo hemos mencionado han habido significativos avances a nivel empresarial y nacional en materia de Economía Circular, sin embargo es de conocimiento que aún falta camino por recorrer para llegar al objetivo que deseado en el que todos interactuemos de una manera sostenible a largo plazo, para animar a las empresas a dar el paso a este gran reto enunciamos a continuación las principales ventajas que enfrentan las empresas al tener como modelo estructural y productivo una estrategia de EC.

#### **3.1 Aumento de la productividad e ingresos**

Vimos en la teoría de Gunter Pauli (OVACEN, 2020), quien ve la circularidad como la oportunidad de generar cero basura, en ella solo usamos el término “residuos”, que son aquellos materiales sobrantes después de la vida útil de un producto. Se suele pensar que el generar este tipo de cambio, se incurrirá automáticamente en un aumento de costos de producción, sin embargo este ideal está alejado de la realidad, ya que gracias a la facilidad de acceso a la información para encontrar nuevas soluciones podemos evidenciar que si las empresas se enfocan en la reutilización de materiales residuales para sus procesos de producción ciertamente disminuyen sus costos, ya que eliminaría el desperdicio de materias primas.

Lo anterior visto desde el rediseño de productos que logren optimizar de forma eficiente los recursos, pensando en cerrar el círculo al reutilizar los residuos que queden del mismo, esto genera una mayor eficacia en la producción, ya que disminuye en gran medida los costos de producción

según Prevención Integral & ORP Conference (2018). La EC implica un ahorro para la empresa y la oportunidad de repensar la estructura de la organización, al tener en cuenta una nueva estrategia para garantizar que todos sus productos y objeto social cumpla con los principios de la Economía Circular.

Por supuesto el impacto es positivo para la empresa, pero es aún mejor para el medio ambiente ya que al disminuir el uso de recursos naturales hay menos generación de gases de efecto invernadero.

Un caso exitoso para este aspecto es la empresa Unilever de origen Holadés que tiene sede en Colombia, según el periódico El Financiero (2016), desde que la empresa se planteó el objetivo de una vida sostenible en el 2008 ha ahorrado más de 600 euros, gracias al manejo eficiente de recursos como el agua, energía y residuos de sus productos. Afirman a su vez que aquellas marcas de la empresa que son 100% sustentables crecen el 30% más rápido que aquellas que no lo son y no conforme con eso aportan más del 70% del crecimiento de la empresa.

Reflejo del compromiso que tiene la empresa con el medio ambiente es su lema “Hacer que la vida sustentable sea algo cotidiano” (Unilever, 2020), y en esto basan todas sus acciones, muestra de la importancia para las empresas el repensar su estructura para generar un mayor desarrollo interno e impacto ambiental positivo.

### **3.2 Creación de empleo**

Hemos podido evidenciar que para implementar una estrategia circular en la empresa, es necesario repensar no sólo sus procesos de producción, sino toda su estructura en general para garantizar dar cumplimiento a los principios de la EC.

Esto puede generar la necesidad de creación de nuevos servicios empresariales, es decir, el hecho de reutilizar los residuos que genera el producto, implica pensar en la recogida y desmontaje de los materiales reciclados, fabricación del nuevo producto y distribuir el resultado al consumidor. Para llevar a cabo con éxito este proceso se debe contar con los conocimientos y capacidades especializadas, que se encontrará en un nuevo capital humano que sumará valor a la empresa haciendo eficaz toda la operación, según el Reto KÖMMERLING (s.f), no solo genera nuevo empleo para la unidad operativa sino para toda las áreas de la empresa, la implementación de nuevas estrategias, desde sus instalaciones hasta su producto final como objeto social llevan a cabo el componente innovador y uso de nuevas tecnologías que igualmente requieren de un personal cualificado para la toma de decisiones, lo cual aumentará la empleabilidad.

Lo anterior lo podemos evidenciar con el caso del Centro Comercial Santa Fé en la ciudad de Bogotá, que fue la primera empresa del país en el 2019 en ser certificada con el Sistema Basura Cero, que promueve el Icontec y la Organización Basura Cero Colombia (Portafolio, 2019). Esta empresa genera alrededor de 70 toneladas de desperdicios al mes, y por supuesto en temporadas en las que aumentan las ventas, los desechos también lo hacen.

Para hacer frente a esto separan, reciclan y gestionan entre el 67% y 72% de sus residuos, buscando que la salida de materiales y agua residual no impacte negativamente al medio ambiente, para ello cuentan con personal capacitado que se encarga de realizar esta labor, reciclando en frente de los consumidores para generar a su vez una concientización en la comunidad.

No solo cuentan con personal capacidad dentro de la empresa, sino que trabajan en alianza con cooperativas de recicladores que apoyan en el proceso de separación y gestión de materiales recuperados, parte de estos desperdicios son convertidos en abono que es usado en el jardín del

centro comercial y otra parte es llevada a empresas que usan los residuos como materia prima, por ejemplo las botellas PET que van a Medellín para la fabricación de ropa (Morales, 2020).

### **3.3 Fidelización de clientes**

Gracias a la globalización, los problemas medio ambientales son de conocimiento para los consumidores, y esto genera un cambio en sus acciones y preferencias de consumo. Como lo indica Agus. y Westbrook (2020), en el informe anual de la organización Euromonitor International “Las 10 principales tendencias de los consumidores 2020”, en la actualidad los consumidores están demandando soluciones sostenibles.

Esto lo afirma la tendencia número 9 “Revolucionarios de la reutilización”, en donde los consumidores no solo están concibiendo el hábito del reciclaje, sino que dan el siguiente paso para la reutilización de materiales. En el estudio muestran que hay una tendencia significativa a comprar a empresas que venden productos ecológicos y eso los hace sentir bien, también están dispuestos a usar ropa de segunda mano, reparar sus productos en vez de comprar nuevos y pagar más por tener un bien de calidad y de larga durabilidad.

También en la tendencia número 10 “Queremos aire limpio para todos”, habla de la demanda que están generando los consumidores hacia las industrias, exigiendo mejores procesos que cuiden el medio ambiente y garanticen la salud de la población. Las ciudades están siendo las principales culpables del problema, ya que usan el 75% de energía del mundo y emiten el 70% de emisiones de CO<sub>2</sub>, según indica el documento haciendo mención a los resultados del World Wildlife Fund.

Con lo anterior los consumidores incrementan su activismo climático y está prestando atención a las acciones que están tomando las empresas para solucionar las problemáticas medioambientales, y con base a esto decidir qué consumir y qué no, generando fidelización a

aquellas compañías que le brindan respuesta a sus necesidades, que le permita tener un producto de calidad, con larga duración y la certeza de que está siendo amigable con el planeta.

### **3.4 Generar valor al cliente**

Si bien la empresa tiene como objetivo la creación de valor en la misma, al contar con beneficios mayores a sus costos en su financiación según la Escuela de negocios FEDA (2018), en la actualidad uno de los fines principales para la buena gerencia es la creación de valor del producto para el consumidor, teniendo en cuenta que esto se logra cuando el cliente percibe que al comprar el producto podrá satisfacer su necesidad y contará con mayores beneficios en comparación al precio que está pagando, contando con una excelente experiencia al adquirirlo y por ello finalmente elegirá su marca por encima de cualquier otra y la recomendará a sus conocidos por el valor que ofrece (ESAN, 2016). De esta forma crea una cadena de popularidad con el afianzamiento de marca que le permite seguir cumpliendo el objetivo inicial de maximizar sus beneficios al aumentar las ventas.

De la mano con el incremento en la productividad de la empresa, y el aporte de la EC para el desarrollo de la misma, se encuentra el objetivo principal de generar soluciones sostenibles e incentivar la innovación. Esto da oportunidad de crear valor como empresa mientras realiza la transición a un modelo circular, el cual da lugar a la creatividad, es decir, no existe una estricta solución para cada cadena de producción, sino que por el contrario la empresa tiene total libertad de destacarse en una nueva era en la que las personas tienen la mente más abierta para recibir los aportes ambientales que las organizaciones presentan (Prevención Integral & ORP Conference, 2018).

Una línea que logró cautivar al público con su producto diferencial y que ejemplifica las dos últimas ventajas es TOP TERRA que pertenece al grupo Dersa, esta marca ecológica ofrece un detergente que proveniente de la palma de aceite, es renovable ya que no se agota, se regenera y puede volver a su estado original (Top Terra, s.f), también desarrolló un nuevo envase de material 100% reciclado para su presentación líquida, esto con el objetivo de responder a las tendencias de los consumidores y con ello lograr un incremento del 10% en sus ventas desde el 2019 (La República, 2019).

Además de lograr competir con las principales marcas de detergente en el mercado con calidad y precio, según Espejo y Sánchez (2020), los consumidores prefieren a Top Terra por encima de Ariel y FAB, ambas son líderes en ventas de su categoría, y reconocidas por los mismos compradores, sin embargo al tener un componente que cuida al planeta y su salud como consecuencia, logran tener una gran afiliación y afinidad con la marca.

## **5. Conclusiones**

Hemos podido ver puntos en los que la Economía Circular aporta a nivel empresarial, y al desarrollarlos realmente se hace factible la necesidad de adoptarlo para aquellas empresas que aún cuentan con un modelo de Economía Lineal dentro de sus organizaciones. Primero por la salud del medio ambiente y habitantes, y segundo por el desarrollo que pueden llegar a generar al cambiar su estructura y producción de una forma circular.

El pensar en rediseñar los productos que ofrecen implica un alto nivel de innovación para las empresas, esto es un gran reto al cual hacer frente, sin embargo los beneficios que trae son altos, como vimos al reutilizar materiales residuales podrían disminuir sus costos de producción, aumentar su productividad logrando ser eficientes y eficaces, ya que cumplirían con hacer el mejor uso de los recursos y seguirán mejorando sus estándares de calidad y objetivo en ventas.

Pudimos ver el ejemplo de algunas empresas en las que fue eficiente la implementación de un modelo circular, esto nos lleva a pensar en la inversión inicial que debieron hacer y el aumento en sus costos debido a las nuevas estrategias de diseño y organización, sin embargo como cualquier proyecto empresarial es importante y necesario dar el paso hacia estas nuevas tendencias, ya que como lo demostró Unilever, en menos de 5 años fueron capaces de mejorar sus ingresos y posicionar su marca gracias al haber apostado al desarrollo sostenible.

Muchas de las empresas que ya manejan una estrategia de EC, al menos para uno de sus productos cuentan con un sector especializado dentro de la misma enfocado en innovar y reproducir estas ideas sostenibles, sin embargo para aquellas empresas en las que es muy pronto para contar con un área propia, pueden apoyarse en empresas externas para realizar estas labores, tal como compañías recicladoras, y así empezando a generar el crecimiento y la empleabilidad interna y externa que esta estrategia promete.

Además en Colombia desde el 2018 en el Plan de Desarrollo Nacional se implementó la “Estrategia Nacional de Economía Circular” que va de la mano con el cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible, la cual describe beneficios y alianzas para aquellas empresas públicas y privadas que promuevan la circularidad en sus objetos sociales. Esto nos indica que el momento de tomar acción es ahora, si hubo compañías que lo lograron hace más de cinco años sin el apoyo del gobierno, ahora con estas facilidades será mucho más factible tener éxito.

Debemos hacer de la circularidad una gran alianza, al iniciar el cambio no serán expertos en la materia, pero con que den un pequeño primer paso ya será un gran avance para entrar en esta tendencia que además de ser demandada por el medio ambiente, es principalmente solicitada por los consumidores quienes siempre deben ser escuchados por sus necesidades, y qué más necesario

que contar con una empresa cuya generación de valor sea brindar al mundo soluciones sostenibles que garanticen un producto de calidad, larga duración y que cuide nuestra salud y la del planeta.

## 6. Referencias

DANE. (2020). *Economía Circular Primer Reporte 2020*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/economia-circular/economia-circular-1-reporte.pdf>

Dinero. (2020). *Las empresas colombianas del Índice de Sostenibilidad de Dow Jones*. Publicaciones Semana S.A. Recuperado de: <https://www.dinero.com/economia/articulo/cuales-empresas-colombianas-estan-en-el-indice-de-sostenibilidad-de-dow-jones/306815>

Fundación Ellen MacArthur. (2017). *Circular Economy Schools Of Thought*. Recuperado de: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept/schools-of-thought>

Heavengrown. (2020). *Diseño Regenerativo*. Heavengrown. Recuperado de: <http://heavengrown.com/arquitectura-regenerativa/>

Stahel, W (2006). *The Performance Economy*. 2nd Edition. PALGRAVE MACMILLAN. Recuperado de: [https://www.globe-eu.org/wp-content/uploads/THE\\_PERFORMANCE\\_ECONOMY1.pdf](https://www.globe-eu.org/wp-content/uploads/THE_PERFORMANCE_ECONOMY1.pdf)

Eco-circular (2020). *Las Teorías De La Economía Circular*. | *Eco-Circular.Com: Noticias De Economía Circular*. Recuperado de: <https://eco-circular.com/2020/06/30/las-teorias-de-la-economia-circular/>

Benyus, J. (1997). *Biomimicry. Innovation Inspired by Nature*. 1st ed. HarperCollins e-books.

OVACEN. (2020). *¿Economía Azul o Economía Verde?* | OVACEN. Noticias eficiencia energética y arquitectura |. Recuperador de: <https://ovacen.com/economia-azul/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20azul%20rechaza%20la,conservacionista%20de%20alto%20poder%20adquisitivo>

Observatorio de desarrollo económico. (2019). *Principios de Economía Circular*. Alcaldía Mayor de Bogotá. Secretaría de desarrollo económico. Recuperado de:



<http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/dinamica-economica-industria/principios-de-economia-circular>

Prevención Integral & ORP Conference. (2018). *Ventajas Y Beneficios De La Economía Circular: Ventajas Empresariales*. Universidad Politécnica de Catalunya. Recuperado de: <https://www.prevencionintegral.com/comunidad/blog/hacia-mundo-sostenible/2018/10/09/ventajas-beneficios-economia-circular>

El Financiero. (2016). *Sustentabilidad, La Forma En La Que Unilever Reduce Costos*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/sustentabilidad-la-forma-en-la-que-unilever-reduce-costos>

Unilever Middle Americas. (2020). *Unilever Conócenos*. Recuperado de: <https://www.unilever-middleamericas.com/about/>

Reto KÖMMERLING. (s.f). *¿Cómo Influye La Economía Circular En Las Empresas?*. Recuperado de: <https://retokommerling.com/economia-circular-empresas/>

Portafolio. (2019). *C.C. Santafé Recibe Certificado Por La Gestión De Sus Basuras*. Casa Tiempo. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/c-c-santafe-recibe-certificado-por-la-gestion-de-sus-basuras-526921>

Morales, C. (2020). *La Empresa En Bogotá Que Reutiliza Hasta El 70% De Sus Basuras*. RCN Radio. Recuperado de: <https://www.rcnradio.com/estilo-de-vida/medio-ambiente/la-empresa-en-bogota-que-reutiliza-hasta-el-70-de-sus-basuras#:~:text=El%20centro%20comercial%20Santaf%C3%A9%20ubicado,los%20residuos%20que%20produce%20mensualmente>.

Agus, A. y Westbrook, G. (2020). *Las 10 Principales Tendencias Globales De Consumo Para 2020*. Euromonitor International. Recuperado de: <https://dataexport.com.gt/las-10-tendencias-globales-de-consumo-para-el-2020-segun-euromonitor/>

Escuela de negocios FEDA. (2018). *La creación de valor en la empresa*. Recuperado de: <https://www.escueladenegociosfeda.com/blog/50-la-huella-de-nuestros-docentes/433-la-creacion-de-valor-en-la-empresa>

ESAN. (2016). *La creación de valor en el punto de venta*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/la-creacion-de-valor-en-el-punto-de-venta/#:~:text=La%20generaci%C3%B3n%20de%20valor%20en,por%20la%20experi>

Top Terra. (s,f). *¿POR QUÉ ECOLÓGICO?*. Recuperado de:  
<https://www.topterra.com.co/index.php/porque-ecologico>

La república. (2019). *La línea ecológica TOP Terra crecerá 10% en términos de volumen para final de 2019*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/empresas/la-linea-ecologica-top-terra-crecera-10-en-terminos-de-volumen-para-final-de-2019-2858730>

Espejo, P. y Sánchez, F. (2020). *EVALUACIÓN Y COMPARACIÓN DE SALUD DE LAS MARCAS ARIEL, FAB Y TOP TERRA*. Econografos Escuela de Administración y Contaduría Pública. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de:  
<http://www.fce.unal.edu.co/media/files/CentroEditorial/documentos/econografos/EACP/econografos-EACP-33.pdf>