



**NEGOCIOS VERDES EN COLOMBIA: ENTRE EL DISCURSO Y LA GESTIÓN
PÚBLICA**

**GREEN BUSINESS IN COLOMBIA: BETWEEN DISCOURSE AND PUBLIC
MANAGEMENT**

NEGÓCIO VERDE NA COLÔMBIA: ENTRE O DISCURSO E A GESTÃO PÚBLICA

Charli Javier López Muñoz; Carlos Andrés Benítez González; Raúl Andrés Tabarquino Muñoz

Especialista en Manejo Integrado del Medio Ambiente, Universidad de los Andes. Candidato a Magíster en Políticas Públicas, Universidad del Valle. ORCID: 0000-0002-7866-2843. E-mail: charli.lopez@correounivalle.edu.co, Bogotá - Colombia.

Magíster en Políticas Públicas, Universidad del Valle. Docente Tiempo Completo, Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. ORCID: 0000-0003-2368-6554. E-mail: carlos.benitez.go@uniminuto.edu.co, Pasto - Colombia.

Doctor en Administración, Universidad del Valle. Docente Tiempo Completo, Universidad del Valle. ORCID: 0000-0002-7866-1875. E-mail: raul.tabarquino@correounivalle.edu.co, Cali - Colombia.

Recibido: 21 de septiembre de 2022

Aprobado: 09 de junio de 2023

DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.232402.230>

Resumen

El análisis de políticas públicas nacionales no solo requiere reconocer la influencia de los discursos con los que se argumentan y justifican las decisiones, también se debe analizar las perspectivas locales de los actores involucrados; por tanto, el objetivo de este artículo es conocer las opiniones



de los implementadores y los beneficiarios de tres diferentes regiones del país: Caribe, Santander y Amazonía, sobre la política de negocios verdes. Para tal efecto, se seleccionó, mediante la técnica de muestreo por conveniencia, a profesionales de las Autoridades Ambientales de las regiones mencionadas y empresarios de negocios verdes verificados, ubicados en sus jurisdicciones. En consecuencia, utilizando un enfoque constructivista, se asistió a talleres presenciales (observación empírica), se desarrollaron entrevistas semiestructuradas y se aplicaron encuestas descriptivas; logrando identificar construcciones disruptivas del discurso de negocios verdes en los territorios. Finalmente, se destacan como resultados principales que, existe un desgaste entre los actores que participan en la gestión pública local de la política, el ejercicio de verificar los negocios verdes y ejecutar las respectivas estrategias y actividades de seguimiento son costosas e ineficaces y aún se presentan retos para considerar los negocios verdes como el nuevo motor de las economías municipales y departamentales en Colombia.

Palabras clave: desarrollo sostenible; gestión pública; negocios verdes; política pública; territorios sostenibles

JEL: M14; O25; Q28; R58; Z18

Abstract

The analysis of national public policies not only requires recognizing the influence of the discourses with which decisions are argued and justified, but also analyzing the local perspectives of the actors involved; therefore, the objective of this article is to know the opinions of the implementers and beneficiaries of three different regions of the country: Caribbean, Santander and Amazon, on the green business policy. For this purpose, professionals of the Environmental Authorities of the mentioned regions and verified green business entrepreneurs, located in their districts. Consequently, using a constructivist approach, attended face-to-face workshops (empirical observation), developed semi-structured interviews, and applied descriptive surveys; managing to identify disruptive constructions of the green business discourse in the territories. Finally, the main results that stand out are that there is a wear and tear among the actors that participate in the local public management of the policy, the exercise of verifying green businesses and executing the respective strategies and follow-up activities are costly and ineffective and are still present. challenges to consider green businesses as the new engine of municipal and departmental economies in Colombia.

Keywords: sustainable development; public management; green business; public politics; sustainable territories

JEL: M14; O25; Q28; R58; Z18

Resumo

A análise das políticas públicas nacionais exige não só o reconhecimento da influência dos discursos com que as decisões são argumentadas e justificadas, mas também a análise das perspectivas locais dos actores envolvidos; portanto, o objectivo deste artigo é conhecer as opiniões dos implementadores e beneficiários de três regiões diferentes do país: as Caraíbas, Santander e a Amazônia, sobre a política empresarial verde. Para este fim, foram seleccionados profissionais das Autoridades Ambientais das regiões acima mencionadas e empresários verdes verificados localizados nas suas jurisdições, utilizando a técnica de amostragem de conveniência. Consequentemente, recorrendo a uma abordagem construtivista, foram assistidos workshops presenciais (observação empírica), foram realizadas entrevistas semi-estruturadas e aplicados inquéritos descritivos, identificando construções disruptivas do discurso empresarial verde nos territórios. Finalmente, os principais resultados são que existe um desgaste entre os actores envolvidos na gestão pública local da política, o exercício de verificação das empresas verdes e a implementação das respectivas estratégias e actividades de acompanhamento são dispendiosos e ineficientes, e ainda existem desafios para considerar as empresas verdes como o novo motor das economias municipais e departamentais na Colômbia.

Palavras-chave: desenvolvimento sustentável; gestão pública; negócios verdes; políticas públicas; territórios sustentáveis

JEL: M14; O25; Q28; R58; Z18

Introducción

En Colombia, los negocios verdes son considerados por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (Minambiente) como una herramienta para que los departamentos y municipios puedan impulsar el desarrollo social, económico y ambiental en sus territorios. Según datos actualizados al cierre del mes de julio de 2022, se reporta que con la ayuda de las Autoridades Ambientales se han verificado 4,162 negocios verdes, los cuales tienen presencia en 750 municipios de los 32

departamentos del país, generando 48,052 empleos directos y unas ventas anuales por \$933,004 millones de pesos (Minambiente, 2022). Estas cifras son resultado de la implementación del Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV) desde el año 2014.

Las regiones Caribe, Santander y Amazonía, cuentan con tres cuartas partes del total de negocios verdes verificados en el país; sin embargo, estos territorios difieren entre ellos por los valores y creencias en el tema empresarial y el uso de los recursos naturales, por tanto, nace la iniciativa de realizar una investigación de campo para conocer las perspectivas locales de los actores encargados de la implementación del PNNV y las particularidades de la población objetivo ante el discurso de considerar la naturaleza desde una visión mercantil responsable.

Las problemáticas identificadas para realizar este análisis de política pública se centran en la desarticulación de los actores locales para la consolidación de territorios sostenibles y el riesgo que representa mercantilizar los recursos naturales con directrices empresariales de tipo “Top-Down”. Por consiguiente, este estudio busca mediante la utilización de un enfoque constructivista y la participación en talleres presenciales (observación empírica), el desarrollo de entrevistas semiestructuradas y la aplicación de encuestas descriptivas, ser un insumo para que Minambiente revise las metas planteadas e instrumentos construidos para la política de negocios verdes, por indicadores que sean coherentes con la necesidad de establecer “territorios sostenibles” en las regiones estudiadas.

Referente Teórico

A continuación, se presentan los principales conceptos teóricos que sustentan el estudio:

Política Pública

Son varios los autores que han aportado en la conceptualización de la política pública. Algunos con definiciones de tendencias pragmáticas (causa-efecto), otros con acepciones de corte utilitarista (sujetas a un sentido último de la realidad), otros con un enfoque normativo y positivista (énfasis procedimental), hasta algunos con una orientación sociológica (objetivos colectivos). No obstante,

el presente artículo toma como referencia teórica la definición de carácter operativo e instrumental de Ordóñez (2013):

La política pública es el conjunto de acciones implementadas en el marco de planes y programas gubernamentales diseñados por ejercicios analíticos de algún grado de formalidad, en donde el conocimiento, aunado a la voluntad política y los recursos disponibles, viabilizan el logro de objetivos sociales. (p. 33)

Por otra parte,

Las políticas públicas no sólo son determinadas por el marco institucional, por las organizaciones que les dan cobijo, las leyes que las sustentan y los valores que las justifican. Están influidas también por los discursos con los que se definen los problemas, se legitiman las decisiones, se presentan los resultados y se entienden los procesos. (Cejudo, 2010)

Por último, entender las políticas públicas como un vehículo de innovación, facilita a los actores involucrados en alcanzar una persuasión de nuevos desafíos para diseñar “espacios de colaboración propicios para el desarrollo de la definición conjunta de problemas, de aprendizaje mutuo y participación conjunta de soluciones nuevas y audaces” (Zurbriggen y Lago, 2014).

Gestión Pública

En algunas ocasiones, erradamente se ha considerado la gestión pública como un sinónimo de administración pública; sin embargo, la gestión es una acción y efecto de administrar, por tanto, estaría enmarcada dentro de la administración, entendiendo esta como un término más amplio que el de gestión. En la actualidad, se puede afirmar que ha existido una evolución en los conceptos, lo cual permite señalar que “mientras que la administración se concentra en el manejo de los recursos con una mirada focalizada en el interior, la gestión parecería complementar eso con los efectos e influencia que tiene el entorno” (Galinelli y Migliore, 2015).

En un ambiente incierto y cambiante, la bondad y el éxito solo adquieren significado después de que una política ha sido puesta en práctica. La racionalidad tiene sentido en relación con lo que ha sido, no con lo que será. (Giandomenico, 2010)

Partiendo del anterior principio, la gestión pública no puede ser considerada como una ciencia exacta, y si bien los implementadores de política pública deben estar preparados para las adversidades, estos son sujetos a la ambigüedad del contexto cambiante.

No obstante, “las políticas públicas deben guiarse por la exigencia de realización de objetivos y no por simples posturas o por motivos puramente publicitarios, que a veces van en contra de los efectos buscados o dilapidan el dinero público” (Tirole, 2017). Además, la gestión de “las políticas públicas también requieren un cambio en las métricas utilizadas para evaluar estas políticas que favorezcan las inversiones y la innovación a largo plazo” (Mazzucato, 2018).

Enfoque Constructivista

Las corrientes analíticas de políticas públicas se clasifican en tres grandes grupos, las teóricas, las integracionistas y las interpretativas. Los enfoques tradicionales son la corriente dominante del análisis de política pública, sus autores consideran que sus análisis son objetivos y de carácter científico, llegando a la idea de que sus conclusiones tienen una validez universal. Por su parte, los enfoques integracionistas nacen en reacción a las perspectivas conductistas. Por último, se encuentran los enfoques interpretativistas, tendencia analítica que ha logrado poner en evidencia el efecto de las estrategias discursivas y de los aspectos representativos como las creencias, los símbolos y las metáforas de las comunidades. Esta relevancia en la retórica, argumentación, y narrativa, como ejes fundamentales de la actividad política en general, permiten ver que esta corriente analítica centra la atención en el valor del discurso y de las ideas, convirtiéndose en una corriente claramente constructivista (Roth, 2010).

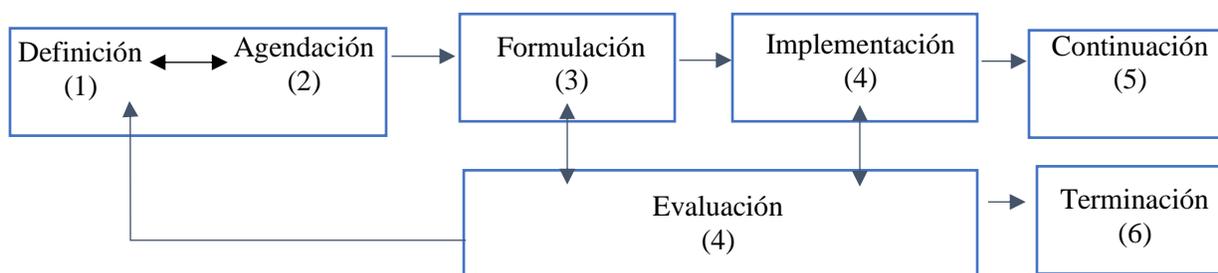
Es pertinente mencionar que dicha estimación del discurso se da en las diferentes etapas del ciclo de las políticas públicas. De este modo, es conveniente destacar la apreciación hecha por Aguilar (1993) mencionando que “la política al momento en que se echa a andar desata muchas

oportunidades y expectativas, poderes e intereses en juego, cargas de trabajo y responsabilidades, operaciones y decisiones”.

En ese sentido, esta investigación tiene en cuenta la postulación teórica del Modelo Esquemático para el Análisis de las Políticas Públicas realizado por Guillermo (2004), donde se evidencia la retroalimentación de las otras etapas por la fase de evaluación, manteniendo así la relación constante de todos los pasos, tal como ocurre en las políticas públicas del mundo real (Velázquez, 2016).

Figura 1

Modelo Esquemático para el Análisis de Políticas públicas



Fuente: Guillermo (2004, p. 124).

Por último, el artículo también tiene en cuenta la tesis planteada por Cejudo (2010) sobre el discurso y sus efectos en la implementación:

Este discurso incide en la implementación de las políticas por dos vías. En primer lugar, porque los argumentos y justificaciones que acompañan a la decisión serán el principal mecanismo de comunicación hacia los actores a cargo de implementarlas (...). Pero también incide porque choca con los valores y las creencias individuales y colectivas de los actores encargados de implementar las políticas. (...) Estos actores, entonces recurrirán a sus propias construcciones disruptivas para convertir la decisión en implicaciones prácticas. (p.16)

De esta manera, el análisis con enfoque constructivista explica esta concepción general del proceso de hechura de políticas públicas, contribuyendo a comprender los procesos que las componen, desde la valoración del discurso como el inicio, justificación y legitimidad del accionar público.

Negocios Verdes

La búsqueda de una nueva manera de enfrentar el consumismo desmedido a nivel global, ha permitido que el gestionar desde lo público se enfoque en construir alternativas que permitan mantener los índices de crecimiento con una concientización de los límites planetarios, sin embargo, la simple mención del papel del mercado e incorporar la cuestión del dinero puede desplazar la motivación intrínseca y alterar de forma significativa la estima por los recursos naturales (Raworth, 2017). Bien menciona el naturalista escocés del siglo XIX John Muir (como se citó en Wulf, 2022): “nada que tenga valor monetario está a salvo, por mucho que se proteja”.

Además, el mundo no cuenta con los recursos suficientes para mantener de manera sostenible el nivel de vida del primer mundo, mucho menos si los países en vías de desarrollo, como Colombia, alcanzaran estos niveles (Diamond, 2020). Dificultando lograr que “la economía encaje pertinentemente en la ecología, ya que el mercado infravalora las necesidades futuras y no cuenta con los perjuicios externos a las transacciones mercantiles globales” (Martínez, 2008).

Tras este panorama, se evidencia la importancia de los negocios verdes a nivel global “ya que representan la alternativa de seguir generando riqueza mundial, satisfacción de necesidades en el marco de la oferta y la demanda, desde la gran proyección de sostenibilidad” (López y Martínez, 2016).

En Colombia, Minambiente tiene la función de “evaluar los alcances y efectos económicos de los factores ambientales, su incorporación al valor de mercado de bienes y servicios y su impacto sobre el desarrollo de la economía nacional” (Congreso de Colombia, 1993). En el marco de esta función, se crea la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles (ONVS) en el 2011 bajo el Decreto 3570; esta dependencia ministerial trabaja en dos principales frentes, primero, en el desarrollo de estudios e instrumentos económicos y financieros que proporcionen cambios de comportamiento de los actores que hacen uso de los recursos naturales y, segundo, liderar la competitividad y promoción de los negocios verdes en el territorio nacional, dando lineamientos de política para dinamizar la oferta de bienes y servicios a partir del uso sostenible de los recursos naturales (Minambiente, 2019).

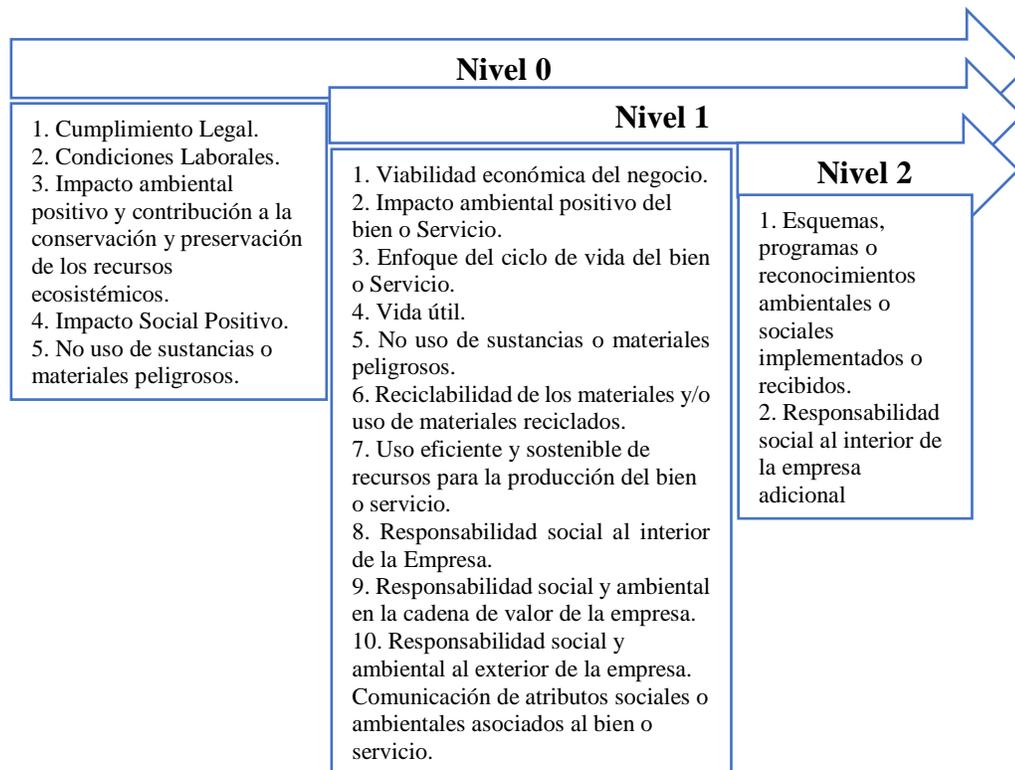
En el marco de este segundo frente de acción, la ONVS publicó en el año 2014 el Plan Nacional de Negocios Verdes (PNNV), documento de política pública que define los negocios verdes como:

Las actividades económicas en la que se ofrecen bienes y 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 soporte el desarrollo del territorio. (Minambiente, 2014)

Para alcanzar la meta de 12,630 negocios verdes verificados al 2030, la ONVS desarrollo una metodología general, que se denomina “Herramienta para la implementación de los Programas Regionales de Negocios Verdes”, la cual cuenta con una batería de indicadores para la verificación de los criterios de negocios verdes (Figura 2), que condensa los verificadores en tres niveles, el nivel cero comprende los “aspectos” mínimos que todo bien o servicio debe incluir para ser considerado como negocio verde, el nivel uno incluye los “calificadores” que un bien o servicio debe cumplir para ser considerado como negocio verde, y el nivel dos incluye “esquemas” de certificaciones y reconocimientos ambientales, característicos por tener una complejidad alta para su adquisición. La batería de indicadores está compuesta en el nivel cero por doce preguntas dicotómicas, en las cuales las repuestas posibles son: se cumple o no se cumple, y en el nivel uno y dos, por cincuenta preguntas calificadoras que están distribuidas con un puntaje de 0, 0.5, 1 o No aplica.

Figura 2

Criterios Negocios Verdes



Fuente: Adaptado de la Guía de Verificación y Evaluación de Criterios de Negocios Verdes (Minambiente, 2016).

En el proceso de verificación participan dos actores principales, el verificador, un funcionario especializado de la Autoridad Ambiental, y el empresario o emprendedor del negocio que puede ser una persona natural o jurídica que provea bienes o servicios que potencialmente estará catalogado como negocio verde (Minambiente, 2016). Tras ejecutar los cinco pasos de verificación de los criterios de negocios verdes (Figura 3), se realiza la interpretación de los resultados, relacionando el porcentaje de cumplimiento de los criterios, con una descripción que indica si la iniciativa se considera o no como negocio verde y que le hace falta para seguir mejorando. Esta interpretación de los resultados está condicionada al ponderado de la calificación de los doce criterios de negocios verdes, partiendo desde un calificativo de “Inicial” hasta un calificativo de “Ideal”.

Figura 3

Los Cinco Pasos Verificación Negocios Verdes



Fuente: Adaptado de la Guía de Verificación y Evaluación de Criterios de Negocios Verdes (Minambiente, 2016).

Con base en este marco normativo nacional, es un hecho que Colombia está llena de oportunidades y potencialidades en negocios verdes, donde las regiones deberían convertirse en los nuevos actores de la economía nacional “buscando una sostenibilidad propia y posiblemente un nuevo modelo de desarrollo, una versión local del bienestar y de la prosperidad” (Sánchez, 2021). No obstante, las ventajas comparativas con respecto a la riqueza en recursos naturales en Colombia han ocasionado que:

(...) el intento de enverdecer el Estado se ha visto dificultado por la naturaleza misma del tema. Muchas de las medidas para resolver problemas ambientales tienen resultados en el muy largo plazo, lo que no es atractivo para los políticos que quieren entregar a sus electores realizaciones concretas en el corto plazo (Rodríguez, 2019, p. 172).

Si bien el gobierno debe liderar esta transición hacia una economía verde, esta gestión debe estar acompañada del sector privado de manera activa para su propio interés, debido a que:

(...) si las empresas realmente pudieran ahorrar dinero, además de proteger el medio ambiente, ya lo habrían hecho. En una economía de mercado, las empresas no necesitan la ayuda del Gobierno para reducir sus gastos. Las presiones competitivas ya se encargarían de

que aquellos que no los redujesen no tardasen en tener pérdidas, y encontrarse fuera del mercado. (Thaler y Sunstein, 2009, p. 158)

Sin embargo, el ámbito de una conducta ambiental dentro de las lógicas del mercado (negocios verdes) se puede materializar si se tiene en cuenta dos razones habilitantes:

En primer lugar, y tal como se viene manifestando desde hace tiempo, es preciso fomentar la realización de un comportamiento más respetuoso con el medio ambiente (...), en segundo lugar, porque el progresivo deterioro del medio, con las consecuencias que de ello se derivan para la calidad de vida de la ciudadanía, constituyen el escenario adecuado para que (...), se activen respuestas emocionales que conduzcan a comportamientos individuales respetuosos con el entorno y a acciones colectivas de sensibilización medioambiental. (Durán et al., 2007)

Desarrollo Sostenible

La hoja de ruta nacional hacia un crecimiento verde requiere la implementación integral de políticas públicas que partan de la premisa de “producir conservando y conservar produciendo” (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018, p. 4). Sin embargo, detrás de estas iniciativas de país, existe una construcción de un discurso que se ha implantado en la agenda internacional desde la década de los setenta bajo el nombre del “Desarrollo Sostenible”.

A finales de la década de los ochenta con la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (CMMAD) de la Organización de las Naciones Unidas, se da un punto de encuentro entre las teorías del desarrollo y la conceptualización de la sostenibilidad. Es así como el informe Brundtland define el desarrollo sostenible como aquel “desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la presente generación, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas” (Bermejo, 2014).

Desde entonces, se han generado diversos puntos de vista, comenzando por los que exponen que es un eslogan de la Organización de las Naciones Unidas para continuar el consumo desenfrenado del capitalismo (Demaria, 2021), pasando por los que opinan que los avances tecnológicos justifican

que se siga focalizando en el crecimiento de las naciones, hasta los que “sostienen que hay muchas personas pobres en la actualidad a las que no se deberían pedir sacrificios en aras del bienestar hipotético de quienes ni siquiera existen todavía” (Shafik, 2022, p. 146). Lo cierto es que el discurso del desarrollo sostenible no se centra en lo que representa “el deterioro del medio ambiente para la supervivencia de la especie humana, sino más bien, en el agotamiento de las fuentes de recursos naturales indispensables para mantener las dinámicas actuales de consumo” (López et al., 2016, p. 439).

Estas lógicas del mercado dentro de una intencionalidad de una economía verde hacen que las estrategias globales se desarrollen entre aspectos de poder y de distribución, pero a su vez, en dinámicas funcionales que buscan evitar el debate sobre la capacidad de los ecosistemas para soportar el crecimiento económico indefinido, promovido por la economía instaurada mundialmente (Arias, 2017).

A principios de 2021, el economista Partha Dasgupta publicó un reporte titulado “La economía de la Biodiversidad: Un examen de Dasgupta”, donde se plantea un marco para incluir la naturaleza en el pensamiento económico tras el desarrollo de tres transiciones interconectadas; la primera, garantizar que la demanda a la naturaleza no supere la oferta; la segunda, implica modificar los indicadores de éxito económico; y la tercera, transformar las instituciones para propiciar el cambio (Dasgupta, 2021).

En Colombia, ha tomado relevancia el concepto de “Territorios Sostenibles” entendido como:

Una creación social en la que se identifican, consolida y acuerdan participativamente visiones y opciones para el manejo y el ordenamiento del territorio, con el fin de lograr el bienestar y la seguridad de su población a lo largo del tiempo. (Guhl, 2022)

Precisamente esta visión de la sostenibilidad da respuesta a las singularidades que tienen las diferentes regiones en el país y se centra en armonizar las necesidades locales con las fuentes de sus recursos naturales desde una cosmovisión propia. La política pública nacional de negocios verdes

nace con esta intención, convertir a los negocios verdes en el motor de la economía regional, a través de una perspectiva local, teniendo en cuenta sus particularidades y realidades territoriales.

Metodología

Esta investigación cualitativa está inspirada en el instrumento creado por los economistas Banerjee y Duflo (2020) durante su investigación de la pobreza que denominaron los Ensayos Controlados Aleatorios (ECA):

En un ECA, las personas o las comunidades son asignadas de forma aleatoria a distintos tratamientos, es decir, a programas diferentes o bien a versiones distintas de un mismo programa (...) Un único experimento no produce la respuesta definitiva a la pregunta de si determinado programa funciona de manera universal. Pero podemos llevar a cabo una serie de experimentos, cambiando el lugar en que se desarrollan la intervención y una vez reunidos los resultados, permitirá verificar la solidez de las conclusiones alcanzadas. (p.32)

Igualmente, este estudio pretende acercarse al contexto de los negocios verdes en las regiones Caribe, Santander y Amazonía de Colombia, con el fin de entender, describir y explicar la implementación de la política pública de negocios verdes, el quehacer de los profesionales y las percepciones de los empresarios de los negocios verdes que ya han sido verificados; además de identificar sus conocimientos cotidianos e historias que se han construido alrededor de sus interacciones. Así, este estudio se abstiene al principio de tener un concepto claro de lo que se estudia y de formular hipótesis iniciales para someterlas a prueba (Hernández et al., 2014, p. 122). Lo que se pretende es descubrir, a través de la participación presencial de actividades en el marco de la agenda de fortalecimiento de los negocios verdes de las Autoridades Ambientales, realidades que existen sobre la implementación de la política por medio de la observación empírica.

Tras recopilar notas de campo de nueve talleres de fortalecimiento de marketing a negocios verdes verificados (Inírida, Riohacha, Valledupar, Santa Marta, Barranquilla, Cartagena, Sincelejo, Bucaramanga y San Gil), nació la necesidad de realizar unas entrevistas semiestructuradas, con el fin de aprovechar el desplazamiento a estas diferentes ciudades del país (rentabilidad investigativa).

Para tal efecto, se seleccionó, mediante la técnica de muestreo por conveniencia, a profesionales de 11 Autoridades Ambientales que están encargados del proceso de verificación y de acompañar las actividades de robustecimiento empresarial, así como también un total de 18 negocios verdes que se encuentran en sus jurisdicciones y que participaron en los talleres. El diseño del cuestionario para las entrevistas semiestructuradas se basó en la publicación de Sinek (2018) “Empieza con el porqué”. Este se centra en la relación que se establece entre el porqué, el cómo y el qué. Desde un enfoque empresarial pragmático, comenzando por lo más concreto y terminando, en lo abstracto de la función de los negocios, con el objetivo de tener claro su propósito empresarial; por tanto, las entrevistas se basaron en una guía de tres preguntas y, durante el desarrollo de estas, se adicionaron preguntas para obtener conceptos e información más precisa (Hernández et al., 2014).

Finalmente, se aplicaron encuestas descriptivas, diseñando dos formularios en línea, uno para los empresarios de negocios verdes y otro para los profesionales de las Autoridades Ambientales, obteniendo 58 y 11 respuestas en los dos grupos, respectivamente.

Resultados

Observación empírica

La ONVS organizó una serie de talleres a nivel nacional para el fortalecimiento de la estrategia de marketing digital de los negocios verdes. El objetivo era adquirir insumos para la construcción de planes de marketing territoriales y recopilar material fotográfico para el diseño de un portafolio que contenga productos y servicios de negocios verdes, verificados en los años 2019-2020 por el Programa de Generación de Negocios Verdes (Minambiente, 2019). Se realizó un muestreo por conveniencia, teniendo como principio, aprovechar el desarrollo de dichos talleres en el primer semestre de 2022. De esta manera, se garantizaría la convocatoria de varios negocios verdes que se ubican en diferentes municipios de las regiones seleccionadas y su agrupación en eventos específicos. En total se logró participar en nueve talleres en las regiones Caribe, Santander y Amazonía (Tabla 1) logrando los hallazgos presentados a continuación de la Tabla 1.

Tabla 1

Cronograma Talleres de Marketing Negocios Verdes

Región	Ciudad	Organizador	Fecha
Amazonía	Inírida, Guainía	Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico (CDA)	Febrero 22 y 23 2022
Caribe	Riohacha, La Guajira	Corporación Autónoma Regional de la Guajira (CORPOGUAJIRA)	Junio 06 de 2022
	Valledupar, Cesar	Corporación Autónoma Regional del Cesar (CORPOCESAR)	Junio 07 de 2022
	Santa Marta, Magdalena	Corporación Autónoma Regional del Magdalena (CORPAMAG)	Junio 09 de 2022
	Barranquilla, Atlántico	Corporación Autónoma Regional del Atlántico (CRA)	Junio 10 de 2022
	Cartagena, Bolívar	Establecimiento Público Ambiental de Cartagena (EPA Cartagena)	Junio 13 de 2022
	Sincelejo, Sucre	Corporación Autónoma Regional de Sucre (CARSUCRE)	Junio 15 de 2022
Santander	Bucaramanga, Santander	Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB)	Julio 04 de 2022
	San Gil, Santander	Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS)	Julio 06 de 2022

Fuente: Elaboración propia.

- Baja asistencia a los talleres de los negocios verdes convocados. En promedio asistieron menos del 50% de los negocios que fueron invitados.

- Las Autoridades Ambientales no participaron en el diseño de los talleres de marketing. El taller fue dirigido y construido exclusivamente por personal profesional especializado de la ciudad de Bogotá, contratado por Minambiente.
- Fue recurrente que los talleristas tuvieran que explicar con ejemplos, conceptos técnicos que no eran familiares a los negocios verdes (se evidenció una utilización excesiva de anglicismos).
- Los talleres estaban enfocados en el marketing digital sin que se haya hecho un análisis previo de las brechas de conectividad que existen en las localidades rurales de muchos de los participantes.
- La mayoría de los productos que los empresarios llevaron para la toma de fotos no expresaban en sus empaques o recipientes que eran negocios verdes verificados.
- Dentro de los incentivos a los negocios verdes para asistir a los talleres, se encontraba el subsidio de transporte de ida y regreso. Se observó que los costos solicitados a los organizadores por parte de los empresarios que venían de muchas veredas y corregimientos rurales eran excesivamente elevados.
- No se percibió familiaridad en la comunicación entre algunos negocios verdes y los profesionales de las Autoridades Ambientales. En ocasiones se escuchó que había pasado mucho tiempo desde su último encuentro.
- Los equipos encargados de la verificación y acompañamiento de los negocios verdes son limitados. De las 11 Autoridades Ambientales participantes, solo CARDIQUE, CORPAMAG y CDMB contaban con más de un profesional para la ejecución de la política pública de negocios verdes.

Entrevistas semiestructuradas

Las entrevistas sirvieron para conocer las opiniones y relatos alrededor de ocho años de implementación de la política de negocios verdes, situación que no se logró percibir en los talleres presenciales mencionados. De este modo, se presentan a continuación los principales resultados de las entrevistas realizadas a los 29 actores que tuvieron disponibilidad ante la investigación. Es importante mencionar que la consolidación de la información incluida en este artículo mantiene el anonimato de los entrevistados (Tabla 2).

Tabla 2

Actores que accedieron a la entrevista

Grupo	Objetivo	Actor	Código
		Profesional CORPOGUAJIRA	(PCG)
		Profesional CORPOCESAR	(PCC)
		Profesional CORPAMAG	(PCM)
		Profesional CRA	(PCA)
		Profesional Establecimiento Público Ambiental Barranquilla Verde -EPA Barranquilla-	(PEB)
Grupo 1	Conocer las estrategias y acciones de las Autoridades Ambientales para el fortalecimiento de los negocios verdes.	Profesional Corporación Autónoma del Canal del Dique -CARDIQUE-	(PCD)
		Profesional CARSUCRE	(PEC)
		Profesional CDMB	(PCCS)
		Profesional CAS	(PCB)
		Profesional CDA	(PCCA)
		Negocio Verde 1 CORPOGUAJIRA	NV1G
		Negocio Verde 2 CORPOGUAJIRA	NV2G
		Negocio Verde 1	NV1C

		CORPOCESAR	
		Negocio Verde 2	NV2C
		CORPOCESAR	
		Negocio Verde 1 CORPAMAG	NV1M
	Conocer los relatos que hay detrás de la	Negocio Verde 2 CORPAMAG	NV2M
Grupo 2	oferta de bienes y servicios de los	Negocio Verde CRA	NVA
	negocios verdes	Negocio Verde EPA	NVEB
		Barranquilla	
		Negocio Verde CARDIQUE	NVC
		Negocio Verde EPA Cartagena	NVEC
		Negocio Verde 1 CARSUCRE	NV1R
		Negocio Verde 2 CARSUCRE	NV2R
		Negocio Verde 1 CDMB	NV1B
		Negocio Verde 2 CDMB	NV2B
		Negocio Verde 1 CAS	NV1S
		Negocio Verde 2 CAS	NV2S
		Negocio Verde 1 CDA	NV1A
		Negocio Verde 2 CDA	NV2A

Fuente: Elaboración propia.

Grupo 1. Profesionales de las Autoridades Ambientales

Si bien es cierto que las Autoridades Ambientales poseen recursos para el acompañamiento de los negocios verdes en sus vigencias anuales presupuestales, la destinación de estos montos no es suficiente para desarrollar las actividades de fortalecimiento que necesitan los empresarios. Es por esta razón que, dichas actividades son lideradas desde el gobierno nacional, en este caso, por la ONVS; esta entidad gestiona acuerdos interinstitucionales con el objetivo de aunar esfuerzos,

vinculando en el proceso a la cooperación internacional y la academia. No obstante, las Autoridades Ambientales han identificado en los territorios actores potenciales que están interesados en ser parte de las estrategias de fortalecimiento de los negocios verdes en temas como enfoque de cadena, asistencia técnica de transformación local y proveduría responsable.

Bajo este panorama, estos actores identifican los siguientes problemas al implementar la política de negocios verdes en los territorios estudiados:

- La disponibilidad de personal especializado para el acompañamiento de los negocios verdes es limitada. Además, la rotación de los profesionales en las Autoridades Ambientales es constante, ocasionando que los procesos de fortalecimiento tengan retrocesos significativos.
- No existe una articulación entre las Autoridades Ambientales, con el fin de aunar esfuerzos para el acompañamiento de los negocios verdes. Si bien los nodos regionales hacen parte de una de las estrategias del PNNV para la consolidación de los negocios verdes a nivel nacional, la realidad es que aún no se han materializado en las regiones.
- Es difícil seguir los planes de mejora de los negocios verdes después de ser verificados. Las distancias y los costos que representan la logística no permiten que el ejercicio se realice de manera periódica.
- Se ha perdido contacto con varios de los empresarios tras la pandemia, sin embargo, a la fecha aún no se cuenta con una información actualizada de las novedades presentadas a raíz del Covid-19 en los negocios verdes verificados desde 2014.
- La convocatoria para la participación de los empresarios de los negocios verdes verificados a las diferentes actividades lideradas por la ONVS y las propias es cada vez más difícil, debido a que estos no perciben beneficios reales derivados a su connotación como negocios verdes.

Por otra parte, se evidenció que el discurso de los negocios verdes cambia en cada una de las regiones seleccionadas. Por ejemplo, en el Caribe, los profesionales enfocan su mensaje a conquistar el mercado internacional, aprovechando la ubicación cercana a puertos marítimos; para ello, el fortalecimiento se centra en el cumplimiento de las normas necesarias para exportar, aumentar la productividad para cumplir con las cantidades exigidas por los clientes extranjeros y la

transformación digital de sus canales de comunicación. Por otro lado, en Santander, el mensaje está dirigido al ámbito local, especialmente a la ciudadanía de Bucaramanga, como a los visitantes que atraen las diversas ofertas de turismo en todas las épocas del año. Los profesionales manejan una adaptación del discurso de negocios verdes enfocado al crecimiento económico interno de la región. En la región Amazónica, los tecnicismos no son de ayuda para el acompañamiento de los negocios verdes verificados. Es así como sus profesionales deben modificar el discurso de negocios verdes a propios términos de los empresarios locales, ajustándose a una versión del discurso netamente conservacionista, donde los recursos naturales están por encima de la rentabilidad empresarial.

Finalmente, al preguntarles a los profesionales de las Autoridades Ambientales si los negocios verdes son el motor de las economías locales en las regiones, coinciden que sí lo son, pero no quiere decir que las economías locales fueran prósperas en la actualidad. Uno de los actores de este grupo argumenta que:

Los empresarios locales son negocios verdes por necesidad, ellos toman lo que tienen a su alcance para poder subsistir, y son conscientes de cuidar los recursos naturales para que sus negocios sigan funcionando. Ellos más que adquirir un aval de negocio verde por parte de la Autoridad Ambiental, lo que necesitan es que les apoyen en los temas que carecen para mejorar sus cadenas de valor y eso va más allá de las capacitaciones. Solo en el momento que se generen inversiones puntuales que apalanquen la oferta de productos y servicios en condiciones competitivas del mercado, se podrá decir que los negocios verdes son el motor de unas economías locales robustas. (PCD, comunicación personal, 13 de junio, 2022)

Otro actor de este grupo que inició labores en la Autoridad Ambiental a finales del 2019 y que ha tenido que afrontar la verificación de los negocios verdes en tiempos de pandemia opina que:

Minambiente y la Autoridad Ambiental debe enfocarse en conocer y mitigar las necesidades de los negocios verdes. Esto no es una cuestión de cifras. No se logra nada si cada año alcanzamos la cuota de verificación de los negocios verdes si no tenemos la capacidad de acompañar las transformaciones empresariales que necesitan para ser exitosos. (PCS, comunicación personal, 6 de julio, 2022)

Grupo 2. Empresarios negocios verdes

Los actores de este grupo transmiten fácilmente en que consiste sus negocios y como es la operatividad de estos; sin embargo, cuando se les pregunta sobre el porqué crearon sus negocios, las respuestas no fueron tan elocuentes. Los empresarios que desarrollan negocios verdes se encuentran con varios desafíos, los cuales pueden ser financieros y no financieros, situaciones adversas que se convierten en obstáculos para su propósito de lograr negocios más maduros y lograr ponerse a flote (Díaz et al., 2022). Definitivamente los relatos de los empresarios sobre los productos y/o servicios que ofrecen son más fuertes que los números que arrojan sus actividades económicas. Uno de estos actores que tiene constituido su negocio desde 1998, pero que hasta hace solo dos años recibió el aval de negocios verdes por la Autoridad Ambiental, argumenta que los negocios verdes verificados que conoce en la región no viven de los ingresos de estos. Esta persona entrevistada afirma que:

La mayoría de los empresarios montan sus negocios para tener un ingreso extra. Muchos de ellos trabajan con el gobierno y el tiempo no les da para estar pendientes de sus negocios. Solo se “pellizcan” cuando se les ha terminado sus contratos laborales, en ese momento, sí asisten a las capacitaciones que organizan la corporación. (NV1G, comunicación personal, 6 de junio, 2022)

Otro empresario que vende barras energéticas hechas con banano y que en el 2021 cambió a empaques ecológicos para poder participar en una feria nacional en Bogotá, afirma:

Ser negocio verde no es nada barato. Antes mis productos tenían unos empaques de plástico y representaban un 2% del valor total, ahora con los eco empaques, los costos se elevaron en un 33% y los clientes no están dispuestos a pagar más. (NV2C, comunicación personal, 7 de junio, 2022)

Finalmente, los actores de este grupo coinciden que institucionalizar “la naturaleza como mercancía” representa un riesgo para el cuidado de los recursos naturales de sus territorios, y, por ende, la sostenibilidad de sus negocios. Un empresario que vende artesanías en Barichara, Santander, argumentó lo siguiente:

Barichara es conocida por ser uno de los pueblos más bonitos del país. En los últimos años el número de turistas que nos visitan ha aumentado. Cualquiera diría que eso es bueno para mi negocio, pero en realidad, lo que la gente no sabe es que nos estamos quedando sin agua en el municipio y que el costo de vida está por las nubes. Sí, las ventas han aumentado, pero ahora necesito más dinero para vivir con mi familia. (NV1S, comunicación personal, 6 de julio, 2022)

Encuestas descriptivas

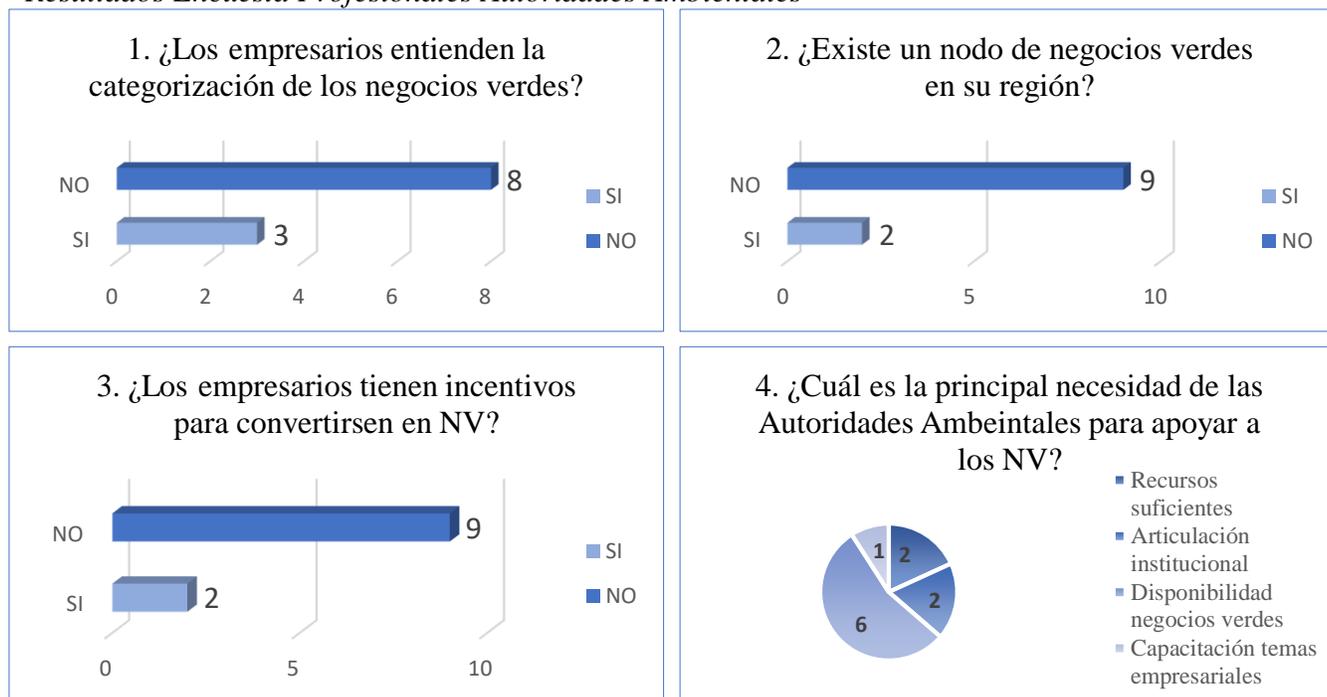
Durante el desarrollo de las entrevistas semiestructuradas, fue recurrente datos interesantes con respecto al entendimiento de la política pública de negocios verdes por parte de los profesionales de las Autoridades Ambientales como de los empresarios que estos acompañan para su fortalecimiento. Se evidenció que a pesar de que el PNNV cuenta con una estrategia de crear y fomentar los nodos regionales como motores de la sostenibilidad de la política, la mayoría de los profesionales no conocían dicha estrategia. También fue recurrente que los profesionales no contaban con herramientas de incentivos que permitieran captar la atención de los empresarios en las regiones y que repercute en dificultades para que los negocios verdes se interesen en ser beneficiarios de la política y atiendan las diferentes convocatorias.

Por su parte, los empresarios entrevistados también manifestaron su desconocimiento sobre la categorización de los negocios verdes implementada durante el proceso de verificación, además de desconocer en qué etapa de desarrollo empresarial estaban y qué deben cumplir para fortalecer sus negocios.

Por tal motivo, surgió la necesidad de corroborar dicha información por medio de dos encuestas cortas de percepción que aportarán a la investigación (Figura 4 y Figura 5), teniendo el apoyo de las Autoridades Ambientales participantes para la difusión de este instrumento a través de sus medios de comunicación a los empresarios de negocios verdes.

Figura 4

Resultados Encuesta Profesionales Autoridades Ambientales

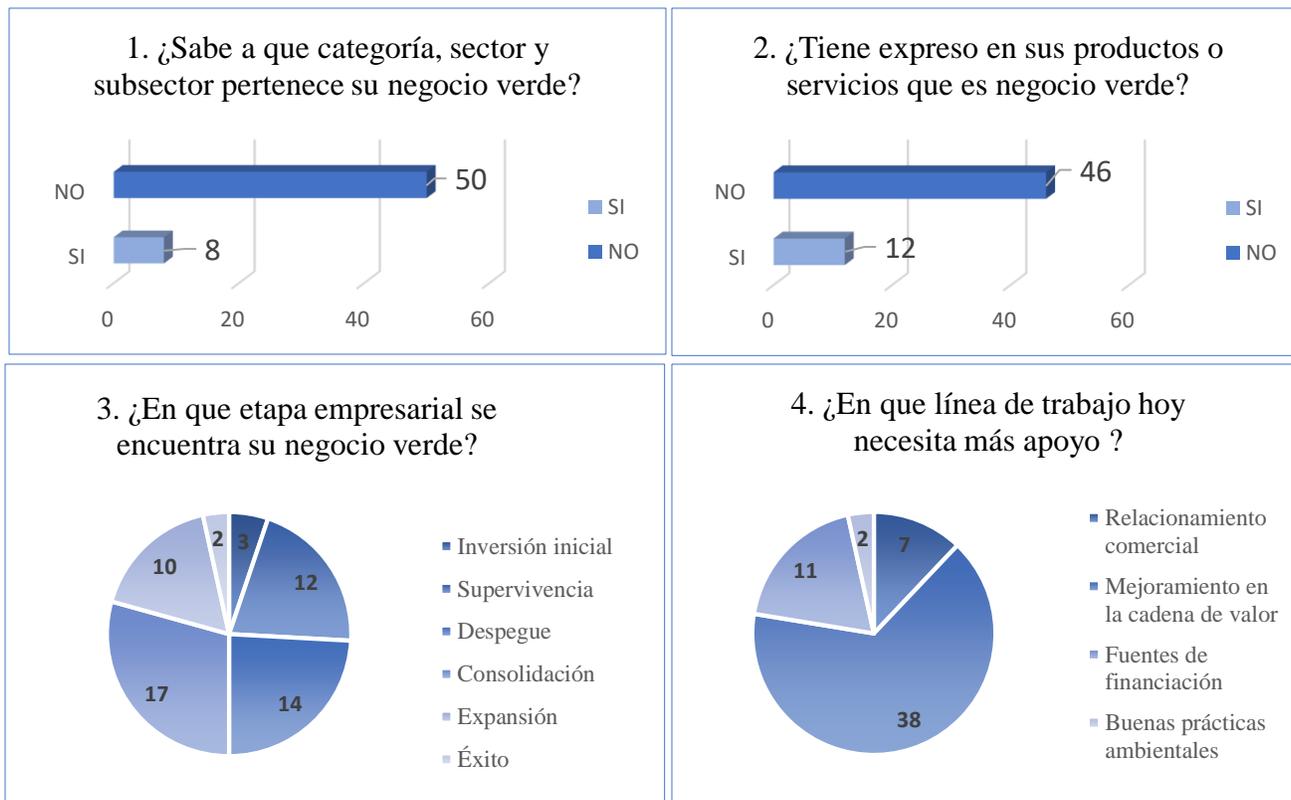


Fuente: Elaboración Propia.

1. Ocho de los profesionales que diligenciaron la encuesta respondieron que los empresarios no entienden la categorización de los negocios verdes.
2. Nueve de once profesionales respondieron que no existe un nodo de negocios verdes en sus regiones.
3. Solo dos profesionales respondieron que si existen incentivos para que los empresarios inicien el proceso de verificación de negocios verdes.
4. La principal necesidad de las Autoridades Ambientales para apoyar el fortalecimiento de los negocios verdes es contar con la disponibilidad de los empresarios, seguido de la consolidación de la articulación institucional en las regiones.

Figura 5

Resultados Encuesta Empresarios Negocios Verdes



Fuente: Elaboración Propia.

1. 50 de los empresarios que diligenciaron la encuesta respondieron que no sabían a qué categoría, sector, y subsector pertenece sus negocios.
2. 46 empresarios de 58 encuestados respondieron que no tienen expreso en sus productos y/o servicios que son negocios verdes.
3. Solo dos empresarios consideran que sus negocios verdes se encuentran en etapa empresarial de éxito. La mayoría de los empresarios consideran que aún están en una fase de despegue o consolidación.
4. La línea de trabajo en la que los empresarios manifestaron más necesidad de apoyo es el mejoramiento en la cadena de valor, seguido por la exigencia de contar con fuentes de financiación para los negocios verdes; solo dos empresarios respondieron que las capacitaciones en buenas prácticas ambientales eran una forma óptima de obtener soporte.

Es necesario resaltar, nuevamente, que la investigación se abstuvo desde un principio de formular hipótesis iniciales para someterlas a prueba. Lo que se pretendía era descubrir, a través de la participación presencial de actividades en el marco de la agenda propia de las Autoridades Ambientales de fortalecimiento de los negocios verdes, realidades que existen sobre la implementación de la política a través de la observación empírica y desde una óptica de análisis de políticas públicas. Por tanto, todos los resultados obtenidos se lograron por la disponibilidad de los actores participantes en la investigación, ya sea porque acudieron a las actividades a las que el investigador asistió o por cercanía de los profesionales de las Autoridades Ambientales encargados de su acompañamiento, lo cual explica la técnica de muestreo por conveniencia desarrollada.

Conclusiones

El discurso de negocios verdes planteado por Minambiente ha causado la construcción de significados diferentes en cada una de las regiones estudiadas, incidiendo así en la implementación de la política; primero, porque las Autoridades Ambientales han ajustado su ideología para efectividad de su gestión pública y, en segundo lugar, debido a que el mensaje con contenido mercantil ha chocado con los valores y creencias de los empresarios de negocios verdes. Tras ocho años de implementación de la política de negocios verdes, los encargados de la gestión pública local y los beneficiarios presentan un desgaste en el discurso. A las Autoridades Ambientales cada vez se les dificultada más convocar a los negocios verdes verificados a las actividades de fortalecimiento y los empresarios no logran identificar los beneficios que adquieren al ser parte de la política.

El ejercicio que hacen las Autoridades Ambientales para verificar los negocios verdes y realizar los respectivos seguimientos de sus planes de mejora son costosos e ineficaces. Es necesario construir una herramienta digital que permita mapear los negocios verdes (donde otros actores interesados estén en capacidad de identificarlos y sumarse a sus propósitos), que los mismos negocios verdes tengan la posibilidad de retroalimentar la herramienta (avances de los planes de mejora) y que las Autoridades Ambientales y el Minambiente puedan medir los impactos alcanzados en tiempo real para poder hacer los ajustes de intervención necesarios en el momento indicado.

Si bien es importante identificar las empresas y emprendimientos que se caracterizan por lograr impactos positivos en el ambiente en sus procesos de producción y prestación de servicios, los esfuerzos se deben centrar en que estos negocios tengan un apoyo real en sus cadenas de valor para que su inclusión en un ecosistema empresarial nacional sostenible no ocasione sobrecostos en la oferta de sus productos y/o servicios que golpea fuertemente su competitividad en el mercado.

Se sugiere que los insumos logrados en la presente investigación se complementen con la tercera etapa del “Triángulo Cualitativo” (Callejo, 2002), realizando grupos de discusión donde se sume, además de las Autoridades Ambientales y los negocios verdes, la ONVS, como ente líder de la política a nivel nacional; con el fin, en una primera instancia, de contrastar los hallazgos y, posteriormente, iniciar un proceso de ajuste de la gestión pública local y un viraje en el discurso hacia la consolidación de “Territorios Sostenibles” como principal objetivo.

Consideraciones éticas

El presente estudio no requirió de aval de un Comité de Ética o Bioética dado que no utilizó ningún recurso vivo, agente, muestra biológica o datos personales que representen algún riesgo sobre la vida, el ambiente o los derechos humanos.

Conflicto de interés

Todos los autores realizaron aportes significativos al documento y declaran que no existe ningún conflicto de interés relacionado con el artículo.

Declaración de contribución de los autores

Charli Javier López Muñoz: conceptualización, investigación, redacción: revisión y edición y escritura - borrador original. Carlos Andrés Benítez González: análisis formal, validación y metodología. Raúl Andrés Tabarquino Muñoz: supervisión y visualización.

Fuente de financiación

Investigación financiada con recursos propios de los autores.

Referencias

- (1) Aguilar, L. (Ed.). (1993). *La implementación de las políticas*. México, Porrúa.
- (2) Arias, D. (2017). La nueva economía verde y la vieja mercantilización de la naturaleza. *Ecología política*, (53), 12-16.
- (3) Banerjee, A. y Duflo, E. (2020). *Repensar la pobreza. Un giro radical en la lucha sobre la desigualdad global* (F. Mato, Trad., 1ra ed.). Bogotá, Taurus.
- (4) Bermejo, R. (2014). *Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. Lisboa, España. Editorial: Hegoa, Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.
- (5) Callejo, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 409-422.
- (6) Cejudo, M. (2010). Discurso y políticas públicas. Enfoque constructivista. En M. Merino, G. Cejudo, D. Arellano, R. Gil, T. Bracho, D. Gault, M. Casar, J. García, C. Maldonado, J. Mariscal, L. Santibáñez y L. Sour. (Ed.), *Problemas, decisiones y soluciones. Enfoques de política pública* (pp. 1-26). Fondo de Cultura Económica.
- (7) Congreso de Colombia. (1993, 22 de diciembre). Ley 99. *Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones*.
https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=297
- (8) Dasgupta, P. (2021). El curso natural de la economía: una buena economía exige un mejor manejo de la naturaleza. *Finanzas y desarrollo*, 58(3), 16-19.
- (9) Demaria, F. (2021). Decrecimiento: una propuesta para fomentar una transformación socioecológica profundamente radical. *Oikonomics, Revista de economía, empresa y sociedad*, (16), 1-8.
https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/_recursos/documents/16/demaria_Oikonomics16_esp.pdf
- (10) Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2018). *Política de Crecimiento Verde*.
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/CONPES%20Crecimiento%20Verde.pdf>

- (11) Diamond, J. (2020). *Crisis: Cómo reaccionan los países en los momentos decisivos*. Debate Penguin Random House Grupo Editorial.
- (12) Díaz, D., García, C., Céspedes, A. y Aguilar, E. (2022). Negocios verdes en Colombia. Apoyo gubernamental y desempeño financiero. *Revista En-Contexto*, 10(16), 293–315. <https://doi.org/10.53995/23463279.1160>
- (13) Durán, M., Alzate, M., López, W. y Sabucedo, J. (2007). Emociones y comportamientos proambientales. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 39(2), 287-296.
- (14) Galinelli, B. y Migliore, A. (2015). Administración y gestión pública ¿De qué hablamos cuando hablamos de gestión? En M. Pagani, M. Payo y B. Galinelli. (Comps.), *Estudios sobre Gestión Pública: aportes para la mejora de las organizaciones estatales en el ámbito provincial* (pp. 13-34). Ediciones Bonaerenses, La Plata.
- (15) Giandomenico, M. (2010). Los usos del análisis de políticas. En L. Aguilar. (Comp.) *Política pública compilador* (pp. 94-114). Siglo XXI Editores. México.
- (16) Guhl, E. (2022). *Antropoceno: la huella humana. La frágil senda hacia un mundo y Colombia sostenibles*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- (17) Guillermo, E. (2004). El modelo del análisis de políticas públicas. *Gobierno y Gestión*, (22).
- (18) Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mcgrawhill.
- (19) López, A. y Martínez, E. (2016). *Importancia de los negocios verdes en el contexto global para el futuro sostenible de las empresas y el caso de Amtec Andina*. Universidad de La Salle.
- (20) López, A., Zuniga, C., Sol, Á. y Santiváñez, J. (2016). Teorías del desarrollo sustentable para el siglo XXI: un breve análisis. *Revista Iberoamericana Bioeconomía y Cambio Climático*, 2(1), 437-451. <https://doi.org/10.5377/ribcc.v2i1.5710>
- (21) Martínez, J. (2008). Conflictos ecológicos y justicia ambiental. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (103), 11-28.
- (22) Mazzucato, M. (2018). *El valor de las cosas. Quién produce y quién gana en la economía global*. Taurus Penguin Random House Grupo Editorial.
- (23) Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible [Minambiente]. (2014). *Plan Nacional De Negocios Verdes*. Bogotá. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/03/Plan-Nacional-de-Negocios-Verdes.pdf>
- (24) Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible [Minambiente]. (2016). *Guía de Verificación*

- y *Evaluación de Criterios de Negocios Verdes*.
https://archivo.minambiente.gov.co/images/NegociosVerdesysostenible/pdf/criterios_negocios_verdes/criterios_actualizado_2016/Guia_Verificaci%C3%B3n_Criterios_NV_V12__26_01_2016.pdf
- (25) Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible [Minambiente]. (2019). *Informe de gestión 2018*. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/10/Informe-Gestio%CC%81n-MINAMBIENTE-2018.pdf>
- (26) Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible [Minambiente]. (2022). *Minambiente duplica la meta de verificación de Negocios Verdes*. <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/minambiente-duplica-la-meta-de-verificacion-de-negocios-verdes/>
- (27) Ordóñez, G. (2013). *Manual de análisis y diseño de políticas públicas*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- (28) Raworth, K. (2017). *La Economía Rosquilla: Siete maneras de pensar la economía del siglo XXI* (F. Ramos, Trad.). Editorial Paidós, Ibérica.
- (29) Rodríguez, M. (2019). *Nuestro planeta, nuestro futuro*. Debate Penguin Random House Grupo Editorial.
- (30) Roth, A. N. (2010). Las Políticas Públicas y sus principales enfoques analíticos. En *Enfoques para el análisis de políticas públicas: un marco de referencia para el estudio discursivo de las políticas públicas sobre pobreza en Colombia* (pp. 17-66). Universidad Nacional.
- (31) Sánchez, J. (2021). *¿Por qué dependemos de la biodiversidad? La oportunidad que no podemos dejar pasar*. Universidad de los andes, Facultad de Ciencias Editoriales Uniandes. Bogotá.
- (32) Shafik, M. (2022). *Lo que nos debemos unos a otros. Un nuevo contrato social*. Editorial Paidós, Ibérica.
- (33) Sinek, S. (2018). *Empieza con el porqué. Cómo los grandes líderes motivan a actuar* (M. Rodríguez, Trad.). Editorial Empresa Activa. Taurus Grupo Editorial.
- (34) Thaler, R. H. y Sunstein, C. R. (2009). *Un pequeño empujón: El impulso que necesitas para tomar mejores decisiones sobre salud y felicidad* (B. Urrutia, Trad.). Taurus Penguin Random House Grupo Editorial.
- (35) Tirole, J. (2017). *La economía del bien común*. Taurus Penguin Random House Grupo Editorial.
- (36) Velázquez, J. M. (2016). Retroalimentando la etapa de terminación: Análisis de casos de políticas públicas. *Estudios políticos*, (38), 163-189.

- (37) Wulf, A. (2022). *La invención de la naturaleza: El nuevo mundo de Alexander Von Humboldt*. Taurus Penguin Random House Grupo Editorial.
- (38) Zurbriggen, C. y Gonzalez, M. (2014). Innovación y co-creación: nuevos desafíos para las políticas públicas. *Revista de gestión pública*, 3(2), 329-361.

Cómo citar este artículo: López, C., Benítez, C. y Tabarquino, R. (2023). Negocios verdes en Colombia: entre el discurso y la gestión pública. *Tendencias*, 24(2), 112-142. <https://doi.org/10.22267/rtend.232402.230>