

# **GLOCALIZANDO LOS NEGOCIOS VERDES: EDUCACIÓN INTERCULTURAL PARA EL EMPRENDIMIENTO Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

*Lina Marrugo-Salas*

Universidad Tecnológica de Bolívar/[lmarrugo@utb.edu.co](mailto:lmarrugo@utb.edu.co)/Colombia

## **RESUMEN**

La academia requiere abordar con decisión el desarrollo sostenible en los programas de educación empresarial. Glocalización es la mezcla que se da entre los elementos locales y particulares con los mundializados. Esta iniciativa que se presenta, glocaliza los modelos de negocios verdes a través de una experiencia educativa innovadora e internacionalizada que proporciona recursos educativos abiertos (REA). El documento describe una iniciativa en la que los participantes nacionales e internacionales, durante un período de cuatro meses aprenden sobre los modelos de negocio verde. Green Business Talks (GBT) se orienta hacia la promoción del espíritu empresarial mediante el entendimiento de actividades comerciales verdes y la visibilidad de las historias de negocios. Los participantes han calificado positivamente su experiencia en los GBT, empatizan con los empresarios verdes, muestran disposición de consumir los productos y servicios presentados e identifican nuevas iniciativas de negocios que pueden ser susceptibles de desarrollo. Esta experiencia puede ser replicable por los educadores en emprendimiento y de negocios interesados en el desarrollo de competencias para el emprendimiento sostenible.

### **Palabras clave:**

Educación Superior, Emprendimiento, Glocalización, Negocios Verdes, Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, Sostenibilidad.

## **ABSTRACT**

The academy requires a decisive approach to sustainable development in business education programs. Glocalization is the mixture that occurs between the local and particular elements with the globalized ones. This initiative that is presented, glocalizes green business models through an innovative and internationalized educational experience that provides open educational resources (OER). The document

describes an initiative in which national and international participants learn about green business models over a period of four months. Green Business Talks (GBT) is geared towards promoting entrepreneurship through understanding green business activities and visibility of business stories. The participants have positively described their experience in the GBT, empathize with green entrepreneurs, show a willingness to consume the products and services presented, and identify new business initiatives that may be susceptible to development. This experience can be replicated by entrepreneurship and business educators interested in developing skills for sustainable entrepreneurship.

**Keywords:**

Entrepreneurship, Higher Education, Glocalization, Green Business, Sustainability, Sustainable Development Goals, SDG.

## 1. INTRODUCCIÓN

Glocalización es la mezcla que se da entre los elementos locales y particulares con los mundializados. Esta iniciativa que se presenta, glocaliza los modelos de negocios verdes a través de una experiencia educativa innovadora e internacionalizada que proporciona recursos educativos abiertos (REA) los cuales son muy populares en la glocalización de la educación. Aquí se generan materiales digitales abiertos para el aprendizaje, a través de charlas en vivo asegurándose en plataformas universales como YouTube<sup>1</sup> y en la página web de la Universidad<sup>2</sup>. Los resultados aquí presentados se hacen desde dos perspectivas: las charlas ejecutadas y la experiencia de los participantes haciendo énfasis en la perspectiva internacional. La reflexión sobre las prácticas educativas y la recuperación de aprendizajes es clave en la experiencia docente, por eso la necesidad de reconstruir las experiencias sistematizadas de Green Business Talks -GBT, recuperando el proceso vivido (Pereira et al., 2021, p. 97).

---

<sup>1</sup>Consultar los canales de YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=KiX18YmAXoI&list=PLoiu0-mrIneCFGnLE047eDAcpIPjUrkjc>  
<https://www.youtube.com/channel/UCoA9kuOloq-Ka61denRpz2whhttps>

<sup>2</sup>Consultar el micrositio <https://www.utb.edu.co/green-business-talks/>

## **2. ANTECEDENTES DE LA EXPERIENCIA**

Las universidades desempeñan un rol significativo en el proceso de aprendizaje de las personas que participan de su oferta educativa, en el surgimiento de nuevos negocios y en el impulso a innovaciones de tipo social y ecológica que le apunten al desarrollo sostenible. Para la estimulación de ese espíritu, se necesitan de novedosos métodos de enseñanza más interactivos y prácticos, dado que aún esta es bastante pasiva y tradicional (Curtis et al., 2021; Souto & Rodríguez-López, 2021).

Durante 2020, en plena pandemia, la Escuela de Negocios de la UTB -ENUTB como integrante y representante académico del Nodo Bolívar de Negocios Verdes -ecosistema de emprendimiento verde- creó la iniciativa GBT respondiendo a una necesidad de poder generar una plataforma que permitiera una mayor visibilización de los modelos de negocio verde en el territorio. Esto articulado con la posibilidad de formar a los próximos profesionales universitarios y demás grupos de interés con la distinción del impacto ambiental positivo y promover el consumo responsable.

## **3. JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA**

En Colombia, hay 4192 negocios verdes verificados (MADS, 2022) la meta a 2030, como contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS es contar con 12.630 negocios avalados. Hoy, el sello marca Negocios Verdes en el país es una promesa de valor al consumidor. GBT aporta a este desafío, pues en palabras de las autoridades ambientales este programa “se convirtió en esa plataforma para que los negocios verdes se den a conocer, promoviendo paralelamente el consumo responsable.” (funcionario de Epa Cartagena, 2021) “acciones que promueven la difusión y el reconocimiento de estos emprendimientos” (funcionario de CARDIQUE, 2021) “plataformas que permitan la comercialización de negocios verdes a parte de las existentes” (funcionario del MADS, 2021).

Desde una visión interna, este proyecto contribuye al Plan de Desarrollo Institucional 2025 de la Universidad Tecnológica de Bolívar -UTB, desde sus objetivos estratégicos: 1. Fortalecer la presencia regional de la Universidad en los sectores social, público y empresarial. 4. Elevar la calidad y pertinencia de la oferta académica. 7. Consolidar y proyectar la dimensión internacional

en la actividad docente.

Pedagógicamente, GBT bajo un esquema de colaboración multiactores es un innovador método de enseñanza, fuera de lo tradicional en donde un profesor es quien normalmente interactúa con los estudiantes en un aula de clase, a generar un espacio en línea en donde se interactúa con autoridades ambientales y empresarios verdes a través de un formato corto de historias de negocios -Véase Tabla 1 y 2-. Es una iniciativa que se hace de manera anual y tiene una duración de cuatro meses<sup>3</sup>. Para la creación de las charlas, se da un proceso de formación metodológica, en la que se recomienda basarse en el storytelling emocional y experiencial, es decir, transmitir un mensaje de forma inolvidable.

**Tabla 1 - Conexión con los cursos de pregrado**

<b>Pregunta</b>	<b>Conexión con los cursos de pregrado de la Escuela de Negocios</b>
Origen de la idea de negocio	Creatividad y emprendimiento, Gestión de la innovación
Modelo de negocio	Creatividad y emprendimiento, Gestión de la innovación
Impacto de la pandemia en las operaciones	Contexto global
Barreras y retos de la operación del negocio	Contexto global
Impacto social y ambiental en los territorios	Responsabilidad social y empresarial, Gestión de la innovación
Factor diferenciador del negocio	Creatividad y emprendimiento, Gestión de la innovación
Vínculo con el consumo responsable	Comportamiento del consumidor
Mensaje final a los emprendedores	Creatividad y emprendimiento, , Gestión de la innovación

Fuente: Elaboración propia del autor

#### **4. OBJETIVOS**

Describir la iniciativa «Green Business Talks» que glocaliza los modelos de negocios verdes a través de una experiencia educativa innovadora e internacionalizada proporcionando recursos educativos abiertos (REA) lo cual permitirá la visibilización de los negocios verdes, el fortalecimiento del espíritu empresarial de los participantes y la promoción del consumo ambientalmente responsable.

<sup>3</sup> Consultar la agenda de GBT 2 y 3:

[https://www.utb.edu.co/sites/web.unitecnologica.edu.co/files/descargas/agenda\\_oficial\\_green\\_business\\_talks\\_2.0.pdf](https://www.utb.edu.co/sites/web.unitecnologica.edu.co/files/descargas/agenda_oficial_green_business_talks_2.0.pdf)  
<https://www.utb.edu.co/wp-content/uploads/2022/03/AGENDA-GREEN-BUSINESS-TALKS-3.0.pdf>

## 5. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Green Business Talks es una iniciativa de proyección social Universidad-Empresa-Estado, ha sido diseñado como un espacio de colaboración y difusión gratuita del conocimiento, inspirada en el formato TED Talks, dirigida por la ENUTB y realizada en alianza con autoridades ambientales y con el aval de la Oficina Nacional de Negocios Verdes y Sostenibles del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en Colombia. El programa tiene una duración de cuatro meses y se ejecuta cada quince días, el mismo día y a la misma hora en cada versión anual para generar recordación.

Reúne a negocios verdes que comparten sus experiencias y modelos de negocio bajo un formato corto contando sus historias inspiradoras en veinte minutos. El formato es virtual dado que nació en tiempos de pandemia y se ha mantenido así dado que permite llegar a un mayor número de personas en diferentes ciudades y países.

Figura 1: Piezas publicitarias -GBT 1.0, 2.0 y 3.0



Fuente: Elaboración propia del autor.

La iniciativa le apuesta a los ODS así: el número 4 de educación de calidad y su meta 4.7 facilitando a los estudiantes conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible; el número 12 de producción y consumo responsable y su meta 12.8

contribuyendo a que las personas de todo el mundo tengan los conocimientos pertinentes sobre desarrollo sostenible. Asimismo, el número 17 sobre alianzas para lograr los objetivos y su meta 17.17 constituyendo alianzas eficaces entre sectores. En este espacio confluyen el sector público con las autoridades ambientales, el sector privado y tercer sector con los negocios verdes participantes y el sector académico, quien dirige la iniciativa.

La iniciativa se articula con los cursos de la ENUTB -Véase Tabla 1-, pues se extiende la invitación a los profesores para que se conecten con sus estudiantes. En particular con el curso de creatividad y emprendimiento, que es un curso de tres créditos obligatorio ofrecido a estudiantes de todas las facultades de la Universidad, en este sentido, se elige el horario de este curso. A partir de la segunda y tercera versión, adicionalmente se ofreció como un programa gratuito entre universidades aliadas internacionales para estudiantes y profesores de pregrado y posgrado con el apoyo de la oficina de internacionalización de la UTB. Para obtener la certificación, el participante debe asistir al menos al 80% de las sesiones.

Figura 2: Convocatoria estudiantes internacionales -GBT 3.0



Universidad Tecnológica de Bolívar  
FACULTAD DE NEGOCIOS  
green business talks  
2022

**ESTUDIANTE INTERNACIONAL**

¿Te gustaría aprender sobre modelos de negocio verdes e inclusivos?

**En Green Business Talks 3.0** podrás conocer a empresarios, académicos y expertos, además interactuar en BootCamp de emprendimiento.

**¿Qué debes hacer?**  
Inscríbete aquí

Recibirás certificado académico con al menos el 80% de la asistencia a las sesiones programadas.

Fecha de inicio: marzo de 2022  
Modalidad: virtual a través de Zoom, en español

Más información: [ncaraballo@utb.edu.co](mailto:ncaraballo@utb.edu.co)

UTB | NEGOCIOS VERDES | OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLES |

Fuente: Elaboración propia del autor.

La innovación radica en la práctica educativa, como sin ningún recurso económico, se logra un esquema de colaboración con organizaciones de tres sectores (público, privado y académico) con un objetivo común. La innovación también se observa en el formato de las charlas, de veinte minutos máximo, que se hace a través de historias de vida, en donde se conecta y empatiza con los asistentes.

## 6. RESULTADOS OBTENIDOS

Figura 3 Negocios verdes GBT por género



Fuente: Elaboración propia del autor

Tabla 2 -Perspectiva internacional GBT

1.0: 2020	2.0: 2021	3.0:2022	Total
No se ofertó como curso internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inscripciones: 199 inscritos provenientes de México, Honduras, Perú, Chile, Argentina y Estados Unidos.</li> <li>Participantes certificados: 21 provenientes de Chile, México y Honduras.</li> <li>Negocios verdes internacionales: 0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inscripciones: 70 inscritos provenientes de Argentina, México, Honduras, Perú.</li> <li>Participantes certificados: 15 provenientes de México y Perú.</li> <li>Negocios verdes internacionales: 2 provenientes de Xalapa, México.</li> <li>Universidad Veracruzana, Xalapa México.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inscripciones: 269 inscritos</li> <li>Certificados: 36</li> <li>Alcance: 6 países</li> <li>Negocios verdes: 2</li> <li>Universidad: 1</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia del autor.

Como se observa en la Tabla 1, en la segunda y tercera versión, el 11% y 14% de los inscritos obtuvieron certificación respectivamente. Este porcentaje tiene una justificación los asistentes deben conectarse en vivo, para ello se confronta la asistencia en la plataforma Zoom, esto puede considerarse una limitación debido a las diferencias horarias y el cruce con algunas actividades académicas en sus universidades de origen. Hoy, GBT realiza intercambios culturales no solo en los participantes sino en la agenda de empresarios verdes y en la participación de una universidad de origen extranjero. De hecho, esto es destacado como aspecto positivo por parte de los participantes “la información y la posibilidad de trabajar con gente de otros lugares gracias a la virtualidad” (P2-51, 2021).

**Tabla 3 - Nombre de las charlas -GBT.**

<b>1.0: 2020</b>	<b>2.0: 2021</b>	<b>3.0:2022</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● “El poder de creer en ti”</li> <li>● “Un cambio a tiempo”</li> <li>● “Emprender: una opción de todos los días”</li> <li>● “El viaje de las especias”</li> <li>● “Segundas oportunidades”</li> <li>● “Inspiración y creatividad: herramienta de desarrollo”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● "Tejiendo emociones"</li> <li>● "Encontrando arte en lo natural"</li> <li>● "Reciclar, salva vidas"</li> <li>● "Palenquera saber y sabor"</li> <li>● "Piscicultura, una oportunidad de vida"</li> <li>● "Quien dijo miedo, ¿te paraliza o moviliza?"</li> <li>● "Sostenibilidad una promesa de vida"</li> <li>● "Perfume a tus pies"</li> <li>● "11 barreras superadas en medio de la adversidad"</li> <li>● "Un nuevo mundo por descubrir"</li> <li>● "Cacao, bebida de paz y energía de vida"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● "Cumplir tus sueños está del otro lado del miedo"</li> <li>● "Cumbia de girasoles"</li> <li>● "Agro y conservación: nuestro futuro"</li> <li>● "Adaptación y resistencia, como el mangle"</li> <li>● "Cocina con amor y responsabilidad para un mundo sostenible"</li> <li>● "Aprovechando oportunidades para dejar huella"</li> <li>● "Uniendo dos mundos"</li> <li>● "Y si reciclamos un poco más?, todo o nada"</li> <li>● "Hacia una ciudad sustentable: prácticas y experiencias"</li> <li>● "De la finca a su tasa, reduciendo la huella de carbono del café"</li> <li>● "El camino agridulce de emprender"</li> <li>● “El único límite está en tu mente”</li> <li>● “Tengo el poder de transformar”</li> <li>● “Cannabis, rompiendo paradigmas”</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia del autor.

Se generaron 31 contenidos digitales ampliados y reducidos en YouTube (REA), lo cual está a disposición no solo del público en general sino para los académicos de todo el mundo que quieran estudiar los casos presentados. Este espacio de visibilidad corresponde a un portafolio en línea en la que se encuentran 31 iniciativas de negocios verdes como espacio de visibilidad, solo por mencionar un indicador, la tercera versión ha obtenido un aproximado de 1.600 vistas solo en



Figura 5 Grupos de interés -GBT



Fuente: Elaboración propia del autor.

Con respecto a la experiencia y satisfacción de los participantes -personas que asisten a las charlas-, se empezó a medir a partir de la segunda versión con la creación de un cuestionario en línea a través de Microsoft Forms, armándose en la penúltima sesión de cada versión ejecutada una base de datos consolidada de asistentes y enviándolo vía correo electrónico la invitación a participar.

En la segunda y tercera versión, se recuperaron 185 respuestas -57% corresponde al género femenino-, en el caso de los participantes internacionales se recuperaron 32 respuestas -56% de los asistentes certificados- de los cuales el 63% corresponde al género femenino. A continuación, se describe la experiencia de los participantes internacionales versus las respuestas del total de participantes en el cuestionario:

Se preguntó ¿Cuáles fueron los aspectos que te parecieron más interesantes de las sesiones? Los resultados de los participantes internacionales se pueden observar en la Imagen en forma de hoja. Básicamente distinguen la diversidad de historias, proyectos y perspectivas presentadas (P2-47; P2-64; P2-136; P3-41).

Se preguntó si ¿tuvieras la oportunidad de adquirir los bienes o servicios de los negocios verdes mostrados en los Green Business Talks, lo harías? De los participantes internacionales, el

87% respondió que sí, el 13% restante seleccionó tal vez (frente a las respuestas del total de participantes 80% respondió que sí, 19% seleccionó tal vez y el 1% que no). Lo cual muestra la orientación positiva de la voluntad de compra hacia estos tipos de negocio, la orientación negativa no obtuvo votos.

Se preguntó si ¿considerarías apostarle a un modelo de emprendimiento verde e inclusivo y crear tu propio negocio? De los participantes internacionales, el 97% respondió que sí, de los cuales el 29% ya tiene una idea identificada y el 71% restante le tocaría trabajar en la idea (frente a las respuestas del total de participantes, los cuales 92% respondió que sí, de los cuales el 19% ya tiene una idea identificada, el 72% respondió que le tocaría trabajar en la idea, y el 8% que no, no le interesa).

Esto es interesante, dado que 9 personas identificadas -55,55% mujeres- (36 personas en total) con el acompañamiento adecuado pueden convertirse en el futuro en emprendedores verdes. Esto muestra una orientación hacia la identificación de oportunidades de negocio.

Por último, se preguntó ¿qué probabilidades hay que recomiende la asistencia a los Green Business Talks a un amigo, familiar o conocido? Las respuestas estuvieron entre 8 y 10 principalmente. Según el cálculo del indicador Net Promoter Score [69] la mayoría de los participantes son promotores de los GBT.

## **7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CRÍTICA**

Es una experiencia significativa y pertinente para los participantes en un contexto social en el que se demanda la contribución a la agenda global de Desarrollo Sostenible. Los estudiantes - locales, nacionales e internacionales- demandan poder contrastar lo aprendido en clase con las vivencias de los empresarios en la vida real, quieren poder identificarse con ellos, escuchar de viva voz los aprendizajes generados en cuanto a éxitos y fracasos, identificando las oportunidades y posibilidades que les ofrece el territorio.

Convirtiéndose en oportunidades valiosas para fortalecer sus procesos de aprendizaje académico a través de experiencias, conocimientos y problemáticas compartidas por los negocios verdes. GBT parte de la experiencia de los negocios verdes de Colombia y la comprensión de las experiencias del ecosistema de emprendimiento.

Los empresarios verdes quieren poder conectar con más personas, llevar su mensaje y propósito corporativo.

De los retos que tiene GBT, desde la glocalización es aumentar el número de negocios verdes de países de origen extranjero, en la tercera versión se incluyó dos provenientes de México, se ha conversado con pares académicos para que en las siguientes versiones participen negocios de Brasil, España y Francia, lo cual permitiría empezar con la inclusión de idiomas distintos al castellano como el portugués, francés e inglés, lo cual permitiría mayor diversidad, intercambio cultural, comparabilidad entre las experiencias y modelos de negocio entre países. De hecho, coincide con una de las propuestas de los participantes “mayor difusión y que incluyan a más países” (P3-3).

Para llegar a un mayor número de personas a lo largo del mundo como contribución a los ODS, GBT puede convertirse en un MOOC -cursos en línea masivos y abiertos por sus siglas en inglés-. Con la experiencia acumulada, puede aplicar a convocatorias y fuentes de financiación para seguir expandiéndose pues lo que comenzó como una experiencia educativa, es hoy todo un proyecto ambicioso que aporta a la docencia, la investigación, la internacionalización y la proyección social.

## **8. REFERENCIAS**

- Curtis, V., Moon, R., & Penaluna, A. (2021). Active entrepreneurship education and the impact on approaches to learning: Mixed methods evidence from a six-year study into one entrepreneurship educator's classroom. *Industry and Higher Education*, 35(4), 443-453. doi:10.1177/0950422220975319
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible -MADS. (2022). Minambiente duplica la meta de verificación de Negocios Verdes.
- Pereira, M. E., Arrúa, V., & Retola, G. A. (2021). Navegar es preciso: cómo explorar nuestras prácticas a partir de la sistematización de experiencias. Libros de Cátedra.
- Souto, J. E., & Rodríguez-López, Á. (2021). Entrepreneurial learning in an experiential and competences training context: A business plan in bachelor thesis. *International Journal of Management Education*, 19(3) doi:10.1016/j.ijme.2021.100513
- SmartIES. (2012). *The Living Lab Methodology Handbook*

## 9. APÉNDICE

En la primera versión, el alcance en vivo fue de 500 personas. En la segunda versión el alcance en vivo fue de aproximadamente 1000 personas, basado en la conexión en Zoom. En la tercera versión el alcance en vivo fue de aproximadamente 1000 personas entre Zoom y YouTube en vivo. Esto sin incluir las visualizaciones posteriores o asincrónicas que se siguen acumulando en las plataformas. Solo a partir de la tercera versión, se le empezó a realizar seguimiento a las asistencias de manera detallada.

Fecha	Nombre	ASISTENCIA (En vivo)		VISTAS (2-sep)	
		Inscritos	Zoom	YouTub e	YouTube
1-mar-22	Lanzamiento	346	210	54	374
3-mar-22	GBT 1	210	113	31	221
17-mar-22	GBT 2	147	91	34	212
31-mar-22	GBT 3	118	78	24	154
7-abr-22	GBT 4	67	63	18	102
21-abr-22	GBT 5	105	84	5	96
5-may-22	GBT 6	38	35	10	103
19-may-22	GBT 7	52	43	20	181
26-may-22	Cierre	67	57	19	137