



**Universidad del  
Rosario**

**Más allá del greenwashing: decisiones corporativas, responsabilidad ambiental y el deber ético de la empresa frente al planeta**

**Autor**

**Sofía Vargas Estupiñán**

**Trabajo presentado como requisito para optar por el  
título de Magíster en Derecho Corporativo**

**Tutor**

**Luis Fernando Macías Gómez**

**Universidad del Rosario  
Facultad de Jurisprudencia  
Maestría en Derecho Corporativo**

**Bogotá D.C. - Colombia**

**2025**

**Más allá del greenwashing: decisiones corporativas, responsabilidad ambiental y el deber ético de la empresa frente al planeta**

**Beyond Greenwashing: Corporate Decision-Making, Environmental Responsibility, and the Ethical Duty of the Company Toward the Planet**

**Sofía Vargas Estupiñán**

**Resumen:** Este artículo examina la necesidad de integrar auténticamente la conciencia ambiental en el gobierno corporativo, argumentando que la sostenibilidad debe ser un principio rector y no un elemento accesorio. A partir del análisis del marco normativo colombiano e internacional, se plantea que la responsabilidad ambiental debe surgir de una convicción ética genuina, más allá del cumplimiento formal. Se advierte sobre el riesgo de prácticas de *greenwashing*, que distorsionan el impacto real de las políticas ambientales, y se propone una transformación empresarial que priorice la protección del hábitat y el bienestar colectivo. Desde una perspectiva ética, jurídica y social, se defiende un modelo corporativo comprometido con la sostenibilidad como eje esencial de sus decisiones.

**Abstract:** This article examines the urgent need to authentically integrate environmental awareness into corporate governance, arguing that sustainability must be a guiding principle rather than a peripheral element. Based on an analysis of Colombian and international regulatory frameworks, it asserts that environmental responsibility should stem from genuine ethical conviction beyond mere formal compliance. The risks of greenwashing practices, which distort the real impact of environmental policies, are highlighted. The article proposes a corporate transformation that prioritizes habitat protection and collective well-being. From ethical, legal, and social perspectives, it advocates for a corporate model genuinely committed to sustainability as a fundamental axis in decision-making processes.

**Palabras clave:** Sostenibilidad ambiental. Decisiones corporativas. *Greenwashing*. Prácticas ambientales. Responsabilidad.

**Keywords:** Environmental sustainability. Corporate decisions. Greenwashing. Environmental practices. Responsibility.

## 1. Marco conceptual y contexto internacional

### 1.1.Introducción: Problemática e hipótesis

En las últimas décadas, el avance de la legislación ambiental y la creciente presión social por prácticas empresariales responsables han motivado la incorporación del lenguaje de la sostenibilidad en el discurso corporativo. Sin embargo, esta apropiación no siempre responde a un compromiso genuino con el medio ambiente.

En muchos casos, las decisiones empresariales —aparentemente orientadas a la responsabilidad ambiental— se convierten en herramientas de *greenwashing*: estrategias que buscan mejorar la reputación empresarial sin generar cambios estructurales reales ni respetar la teleología normativa que sustenta los marcos jurídicos e institucionales sobre sostenibilidad.

El presente trabajo parte de una pregunta fundamental: ¿en qué medida las decisiones corporativas adoptadas bajo el amparo de la responsabilidad ambiental y de las regulaciones existentes constituyen verdaderos actos de gobernanza sostenible, o, por el contrario, encubren simulaciones estratégicas que distorsionan los fines del derecho ambiental y engañan a la opinión pública?

Con base en esta problemática, se propone como **hipótesis** que: *existe una instrumentalización frecuente de la normatividad ambiental por parte de ciertas empresas, que, bajo una apariencia de cumplimiento, reproducen prácticas de greenwashing, lo que pone en entredicho el verdadero alcance de la responsabilidad ambiental empresarial.*

No obstante, se sostiene también que este fenómeno puede ser mitigado si la gobernanza corporativa y la responsabilidad social se reconducen desde una ética empresarial sustantiva, que entienda a la empresa no solo como un actor económico, sino como una institución moralmente obligada frente a la sociedad y al entorno natural.

En esa medida, el objetivo del estudio es examinar cómo, a partir del marco normativo internacional y nacional en materia ambiental, se configuran —o se disfrazan— decisiones empresariales en sectores clave de la economía, y de qué manera el fortalecimiento de una cultura empresarial basada en la ética del deber puede contribuir a erradicar prácticas simuladas y avanzar hacia una gobernanza corporativa verdaderamente sostenible.

### 1.2.Gobernanza corporativa y sostenibilidad ambiental:

El concepto de gobernanza corporativa, concebido como el conjunto de relaciones que los asociados configuran para la gestión de los intereses de los socios, con el propósito de garantizar satisfacción, transparencia y resultados efectivos (M. P. Pies et al., s. f.), ha

experimentado una evolución significativa tanto en la doctrina como en los pronunciamientos de organismos internacionales. Esta noción busca establecer un marco de actuación para las empresas, entendidas como los actores más relevantes del mercado, a fin de promover su crecimiento mediante una administración eficiente, transparente y orientada a generar confianza en los inversionistas, consumidores y demás partes interesadas.

En este sentido, diversos autores han formulado definiciones que enriquecen la comprensión de la gobernanza corporativa. Morten Huse, por ejemplo, la define como la *“interacción entre las partes interesadas internas, las partes interesadas externas y los miembros de la junta directiva al dirigir una empresa para la creación de valor de la misma”* (Morten Huse 2005). Por su parte, Jon Pierre y Guy Peters afirman que la gobernanza es *“la totalidad de las interacciones entre organismos públicos, sector privado y sociedad civil, destinadas a resolver los problemas sociales o la creación de oportunidades de la sociedad”*, incluyendo en su definición todos los modelos de dirección, incluso aquellos jerárquicos (Jon Pierre y B. Guy Peters 2000). Una visión más clásica, propuesta por Rafael La Porta, sostiene que el gobierno corporativo se refiere a los *“medios a través de los cuales quienes prestan dinero a la empresa buscan asegurar el retorno de su inversión”* (Rafael La Porta et al. 1998).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (en adelante “OCDE”) también ha aportado una definición clave, al establecer que el gobierno corporativo *“no es un fin en sí mismo. Es un medio para apoyar la eficiencia económica, el crecimiento sostenible y la estabilidad financiera, y ayuda a garantizar que los accionistas y otras partes interesadas que contribuyen al éxito de las corporaciones reciban un trato justo”* (OCDE 2015).

Como se ha evidenciado, el gobierno corporativo es un concepto amplio que abarca múltiples dimensiones de la gestión organizacional, desde los procesos internos de administración hasta las relaciones con el entorno institucional y social. Este se sustenta en pilares fundamentales como la responsabilidad, la rendición de cuentas, la equidad y la transparencia. No obstante, para los propósitos de este artículo, resulta pertinente profundizar en una de sus manifestaciones más actuales y estratégicas: su relación con la sostenibilidad ambiental.

En el contexto del siglo XXI, la sostenibilidad ambiental se ha convertido en un aspecto esencial de la gobernanza empresarial. La creciente conciencia pública sobre la crisis climática y los impactos ambientales derivados de la actividad económica ha elevado la presión sobre las empresas para que adopten prácticas más responsables. Así, la sostenibilidad ambiental ya no debería ser una opción reputacional, sino un factor

determinante en la toma de decisiones estratégicas, con efectos directos en el desempeño corporativo, la aceptación social y la permanencia en el mercado.

Por ello, a continuación, se desarrollará el concepto de sostenibilidad ambiental, sus implicaciones en el ámbito empresarial y su articulación con los principios de una buena gobernanza corporativa.

El concepto de sostenibilidad ambiental comenzó a tomar forma en 1987, a raíz del trabajo de la Comisión Mundial sobre Medioambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (en adelante “ONU), *Nuestro Futuro Común*. Desde entonces, se entiende como la capacidad de atender las necesidades actuales sin poner en riesgo las posibilidades de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. En este sentido, la sostenibilidad ambiental exige encontrar un equilibrio entre el progreso económico y social, y la preservación del entorno natural (Blog Univ. Eur. 2024).

Ahora bien, el profesor universitario y economista Plinio Zarta Ávila propone una visión más amplia del concepto, abordándolo desde la noción de *sustentabilidad* y resaltando su importancia en la transformación del sistema económico actual. Según su perspectiva, el concepto de sustentabilidad debe ser comprendido no solo como una preocupación ambiental, sino como una herramienta para generar conciencia sobre la necesidad urgente de repensar el modelo de desarrollo imperante. En el marco de esta reflexión Zarta insiste en que los seres humanos habitan un planeta con recursos finitos, mientras que sus necesidades tienden a ser ilimitadas y a expandirse continuamente como consecuencia del modelo económico y del consumismo desenfrenado (Plinio Zarta Ávila 2018).

En consonancia con esta perspectiva amplia, el profesor Zarta sostiene que la sustentabilidad debe entenderse como un “género” que integra distintas “especies” o dimensiones, tales como: “*la finitud y los límites del planeta, la escasez de recursos naturales, el crecimiento exponencial de la población, la producción limpia tanto en la industria como en la agricultura, así como la contaminación y el agotamiento de los recursos naturales*” (Plinio Zarta Ávila 2018).

En este contexto, el gobierno corporativo adquiere un papel fundamental: no basta con construir una imagen de responsabilidad ambiental para mejorar la reputación empresarial. Lo que realmente se requiere es que las decisiones organizacionales asuman de manera consciente e interna los principios de la sostenibilidad, con miras no solo al éxito corporativo, sino también a la preservación del entorno—en sintonía con la tesis de este artículo—. Esta diferencia entre la acción auténtica y la apariencia superficial será abordada con mayor profundidad más adelante.

Asimismo, en este panorama, se vuelve imprescindible hacer explícita la relación entre gobernanza ambiental y *greenwashing*. La primera, como manifestación concreta del gobierno corporativo orientado a la sostenibilidad, implica no solo la adopción de prácticas ambientales, sino también el compromiso ético con su cumplimiento y transparencia. No obstante, cuando estas decisiones se instrumentalizan únicamente como estrategia reputacional —sin transformar realmente el modelo de producción o reducir el impacto ambiental— se incurre en prácticas de *greenwashing*.

Este fenómeno constituye, en esencia, una desviación del propósito legítimo de la gobernanza ambiental, ya que la apariencia de sostenibilidad suplanta el deber real de responsabilidad frente al entorno. Así, una gobernanza ambiental débil o meramente simbólica no solo socava la confianza de los consumidores y la ciudadanía, sino que también refuerza estructuras empresariales que perpetúan el deterioro ecológico bajo el disfraz del compromiso corporativo. En ese sentido, identificar, analizar y prevenir el *greenwashing* es clave para evaluar si las decisiones de gobierno corporativo responden a una ética ambiental auténtica o, por el contrario, a intereses funcionales que desvirtúan el espíritu de la sostenibilidad, tema que se desarrollará más adelante.

Entonces, al advertir cómo el gobierno corporativo —entendido como una forma de gestión organizacional orientada a la eficiencia económica y al bienestar social— ha adoptado dentro de sus manifestaciones actuales la sostenibilidad ambiental como eje estratégico, resulta imprescindible observar cómo esta articulación ha sido recogida y promovida en el plano internacional. En efecto, la relación entre decisiones corporativas, sostenibilidad y gobernanza responsable ha sido objeto de atención por parte de organismos multilaterales que, conscientes del riesgo de que lo ambiental se instrumentalice, han buscado fortalecer marcos que aseguren una implementación real y verificable de los compromisos ambientales. Esto, justamente, con el fin de cerrar el paso a fenómenos como el *greenwashing*, que surgen cuando el discurso ambiental es utilizado de manera engañosa como mecanismo de posicionamiento empresarial, sin una transformación estructural de fondo.

Así, la creciente relevancia de la sostenibilidad ambiental y del gobierno corporativo no se limita únicamente al ámbito teórico o nacional; por el contrario, ha sido reconocida y reforzada mediante normas y directrices internacionales que promueven una transformación ética del modelo empresarial. Estos marcos regulatorios no solo buscan fomentar una cultura organizacional basada en la transparencia y la rendición de cuentas, sino también garantizar que las decisiones adoptadas en nombre de la sostenibilidad respondan realmente a una lógica de preservación ambiental, y no a una estrategia de mercadeo. Examinar estos instrumentos internacionales resulta clave, entonces, para comprender cómo la gobernanza ambiental puede servir no solo como vehículo para la

acción empresarial responsable, sino también como un contrapeso necesario frente a prácticas simuladas de sostenibilidad.

En este sentido, los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20 se han consolidado como el estándar global para orientar la conducta empresarial responsable. Estos principios no solo buscan mejorar la regulación y supervisión de las prácticas corporativas, sino también fortalecer la confianza en los mercados mediante mecanismos que garanticen integridad, rendición de cuentas y sostenibilidad. Así, se reconoce que el éxito empresarial no puede desvincularse de una gestión responsable que tenga en cuenta tanto a los accionistas como a las comunidades, al entorno y a las futuras generaciones (OCDE 2023). De este modo, se busca igualmente que la buena gobernanza se convierta en un eje estructural para la sostenibilidad, lejos de ser una formalidad.

De manera complementaria, instrumentos normativos como la *Directiva sobre Diligencia Debida en Materia de Sostenibilidad Empresarial* (CSDDD, por sus siglas en inglés), promovida por la Unión Europea, han profundizado esta visión. Esta directiva exige a las empresas asumir una responsabilidad activa frente a los efectos que generan en toda su cadena de producción, tanto a nivel ambiental como social, haciendo explícito que la sostenibilidad no puede ser reducida a una estrategia de marketing. Su propósito es incorporar criterios de sostenibilidad directamente en el núcleo de las decisiones empresariales, reduciendo los riesgos de incumplimiento y promoviendo un compromiso real con el desarrollo sostenible (ONU 2023).

En línea con ello, las *Directrices de Conducta Empresarial Responsable* de la OCDE refuerzan la necesidad de integrar prácticas efectivas de gestión ambiental, transparencia y ética empresarial, con el fin de prevenir el uso engañoso de narrativas sostenibles —lo que se conoce como *greenwashing* y se desarrollará en el siguiente acápite— y asegurar que los compromisos corporativos se traduzcan en acciones concretas y medibles (OCDE 2023a).

En consecuencia, puede afirmarse que tanto la gobernanza corporativa como la sostenibilidad ambiental, entendidas como dimensiones interdependientes, han dejado de ser elementos voluntarios o secundarios en la gestión empresarial. Su integración en marcos regulatorios internacionales demuestra que se trata de pilares fundamentales para una economía global más justa, resiliente y respetuosa del entorno.

No obstante, el avance en la articulación entre gobernanza corporativa y sostenibilidad ambiental no ha estado exento de tensiones y contradicciones. Si bien se han establecido estándares normativos y expectativas sociales para que las empresas integren criterios ambientales en su gestión, en la práctica persiste un riesgo latente: que la sostenibilidad se convierta en una narrativa vacía más que en un principio rector real. En este contexto, comienza a tomar relevancia el análisis del *greenwashing* como una desviación

estratégica dentro del propio modelo de gobernanza. Como se ha venido introduciendo, este fenómeno surge justamente cuando las decisiones corporativas se alinean superficialmente con el lenguaje de la sostenibilidad, pero sin un compromiso auténtico en términos operativos, éticos y estructurales. De ahí la importancia de comprender su origen, características y manifestaciones concretas, lo cual será abordado a continuación.

### **1.2.1. El fenómeno del greenwashing**

El *greenwashing*, término derivado del concepto *whitewashing* (blanqueo o encubrimiento), hace referencia a una estrategia de comunicación en la que una organización proyecta una imagen ambientalmente responsable sin que sus prácticas reales lo sean (Claudia Lucía Alejos Góngora 2013). Según el Oxford English Dictionary, se trata de la “*difusión de información engañosa por parte de una entidad, con el fin de aparentar un compromiso con la protección del medioambiente*”.

En esencia, este fenómeno consiste en el uso de campañas de mercadeo o publicidad para posicionar productos, servicios o incluso a la organización misma como ambientalmente sostenibles, cuando en realidad no existe un sustento real o suficiente detrás de tales afirmaciones (Paula Mateu 2024). Se trata, por tanto, de una forma de manipulación comunicativa que busca aprovechar el creciente interés social por los temas ecológicos, con el fin de captar consumidores o mejorar la imagen corporativa, sin implementar cambios estructurales en sus procesos productivos o modelos de negocio.

De acuerdo con expertos en sostenibilidad, el *greenwashing* se ha convertido en una práctica cada vez más común dentro del comportamiento empresarial. Compañías, instituciones e incluso figuras públicas recurren al “argumento verde” para incrementar sus ventas, añadir valor simbólico a su marca o construir una reputación positiva ante la opinión pública, sin asumir los compromisos reales que exige la sostenibilidad (Margarita Gutiérrez Gutiérrez 2021).

Este fenómeno del *greenwashing* no es nuevo ni accidental. Su origen puede rastrearse desde mediados de los años ochenta, cuando el reportero ambiental Jay Westerveld acuñó el término tras observar una práctica que le resultó contradictoria: algunos hoteles promovían entre sus huéspedes la reutilización de toallas como una supuesta medida para ahorrar agua y "preservar la naturaleza", pero en realidad no existía una política ambiental coherente detrás de esta recomendación (Claudia Lucía Alejos Góngora 2013). El objetivo era simplemente reducir costos operativos, disfrazando una intención comercial con un ropaje ecológico (Claudia Lucía Alejos Góngora 2013). Esta anécdota refleja con claridad el núcleo del *greenwashing*: el uso de discursos ambientales vacíos como herramienta de marketing para proyectar una imagen responsable, sin un compromiso real con la sostenibilidad.

Desde entonces, esta práctica se ha intensificado y diversificado, como lo demuestran múltiples casos recientes de alcance global. Por ejemplo, la compañía sueca IKEA, reconocida mundialmente por sus campañas de sostenibilidad, ha sido objeto de críticas tras revelarse que parte de la madera utilizada para fabricar sus productos provenía de talas ilegales en los bosques protegidos de los Cárpatos ucranianos —un ecosistema que alberga especies en peligro de extinción como osos, lince y bisontes— según una investigación realizada por la organización Earthsight (AKEPA 2025).

En el sector de la moda, la situación no es diferente. El informe de 2021 de la Fundación Changing Markets reveló que el 60% de las declaraciones de sostenibilidad de las principales marcas eran engañosas, siendo H&M una de las más cuestionadas: el 96% de sus afirmaciones ambientales no tenía sustento verificable, evidenciando una estrategia de mercadeo masiva basada en aparentes valores ecológicos (AKEPA 2025).

Otras compañías de consumo masivo también han sido señaladas. Coca-Cola, por ejemplo, lanzó en su momento una versión "verde" de su bebida insignia, sin aportar innovación real en términos de sostenibilidad. Inocent Drinks, una de sus filiales, presentó una campaña televisiva con animaciones sobre reciclaje y cuidado del planeta, mientras seguía utilizando envases plásticos de un solo uso, lo que puso en entredicho la autenticidad de su mensaje (Blog ADICAE Consum. Crít. Responsab. Solidar. 2022).

Incluso empresas tecnológicas de alto perfil han incurrido en prácticas similares. Apple fue criticada por un video promocional del iPhone 15 en el que personificaba a la "Madre Tierra" para resaltar sus esfuerzos ambientales, mientras que sus informes de sostenibilidad omiten aspectos críticos sobre el impacto real de su cadena de suministro. Toyota, por su parte, ha sido acusada de confundir al público al equiparar los vehículos híbridos —que siguen funcionando con gasolina— con los eléctricos, mientras mantiene una narrativa de liderazgo ambiental que no se corresponde plenamente con sus acciones, a pesar de las inversiones recientes en infraestructura para movilidad eléctrica (EXPOK 2023).

El caso de las cápsulas de café es también revelador. La empresa canadiense Keurig promovió la idea de que sus cápsulas de plástico podían reciclarse fácilmente, lo cual resultó ser falso, pues la mayoría de los centros de reciclaje no las aceptaban. Esta desinformación llevó incluso a que ciudades como Toronto tuvieran que retirar decenas de toneladas de cápsulas mal dispuestas, un claro ejemplo de cómo el *greenwashing* puede tener consecuencias materiales y sociales concretas (Blog ADICAE Consum. Crít. Responsab. Solidar. 2022).

Y ya que hablamos de café, vale la pena mencionar también la estrategia adoptada por Starbucks, que ofrece a sus clientes lo que denomina “compost de café”. No obstante, lo que realmente entrega son residuos orgánicos derivados de la molienda del grano, los cuales aún no han pasado por un proceso de compostaje como tal. Utilizar el término “compost” para referirse a estos restos es, en sí mismo, una forma de desinformación ambiental. El verdadero compost es el resultado de un proceso biológico complejo, que implica tiempo, condiciones controladas de temperatura y humedad, y la acción de microorganismos específicos que descomponen la materia orgánica en un fertilizante estable y seguro. Usar directamente los residuos de café sin tratar puede incluso resultar perjudicial para los suelos, especialmente si se aplican en grandes cantidades (Lima Compost S.A.C. 2025).

Todos estos casos demuestran que el *greenwashing* no es un fenómeno aislado ni accidental, sino una consecuencia fáctica que se vale de los discursos de sostenibilidad para proteger o mejorar la reputación corporativa. Este uso instrumental del lenguaje ecológico no solo representa una forma de engaño a los consumidores e inversores, sino que también atenta contra los esfuerzos reales por construir una economía sostenible y responsable, lo que refuerza la necesidad de contar con marcos regulatorios sólidos que promuevan una conducta empresarial auténticamente alineada con los principios del gobierno corporativo y la sostenibilidad ambiental.

En efecto, el *greenwashing* se ha convertido en una práctica empresarial cada vez más habitual, especialmente entre grandes corporaciones que, en el marco de dinámicas capitalistas y consumistas, adoptan estrategias de marketing verde no para transformar sus procesos en función de la sostenibilidad, sino para optimizarlos comercialmente. Esta lógica instrumentaliza el discurso ambiental con fines reputacionales y económicos, y su efecto no es menor: además de confundir al consumidor, contribuye directamente al deterioro del medio ambiente, pues perpetúa el uso indiscriminado de recursos naturales bajo la apariencia de responsabilidad ecológica.

Se trata, en suma, de una contradicción entre el discurso y la acción, que mina los esfuerzos reales —tanto sociales como regulatorios— por avanzar hacia modelos productivos más responsables y sostenibles.

Tal ha sido la expansión del *greenwashing*, que la doctrina ha comenzado a clasificarlo en distintas modalidades, según las estrategias discursivas utilizadas por las empresas.

Entre ellas, se destacan:

- **Dirty business (negocio sucio):** Consiste en promover productos, servicios o iniciativas puntuales como “ecológicos”, mientras que la actividad central de la

empresa permanece altamente contaminante o insostenible. Es una forma de encubrimiento parcial que permite a la compañía proyectar una imagen verde sin modificar su estructura operativa.

- **Political spin (giro político):** Ocurre cuando una empresa declara públicamente compromisos ecológicos, pero en paralelo realiza lobby o financia grupos de presión para frenar o debilitar normativas ambientales. Este tipo de *greenwashing* resulta especialmente grave, pues erosiona directamente la capacidad regulatoria del Estado.
- **Ad bluster (publicidad engañosa):** Se refiere a campañas publicitarias que magnifican logros ambientales menores o marginales con el propósito de desviar la atención de los verdaderos impactos negativos. En muchos casos, el costo de estas campañas supera con creces el de implementar medidas sostenibles reales, lo cual evidencia su carácter puramente decorativo.
- **Obedecer la ley:** Se presenta cuando las compañías publicitan como logros propios el cumplimiento de normas legales ambientales que, en realidad, son de obligatorio cumplimiento. Esta estrategia busca capitalizar el cumplimiento mínimo como si se tratara de una iniciativa voluntaria o ética (Greenpeace, s. f.).

Estas modalidades están presentes, de una u otra forma, en los casos antes mencionados. IKEA, por ejemplo, cae en el *dirty business* al promover campañas de sostenibilidad mientras su cadena de suministro se abastece de madera proveniente de talas ilegales. H&M utiliza el *ad bluster* al exagerar sus avances en sostenibilidad textil, y Coca-Cola e Inocent Drinks recurren a una mezcla entre *publicidad engañosa* y cumplimiento legal maquillado. Apple, a través del *political spin*, resalta sus logros en energías limpias mientras omite otros impactos ambientales asociados a su modelo de producción. Entonces, estas categorías no sólo permiten comprender mejor el fenómeno, sino también desenmascarar sus diversas formas de manifestación en el mundo corporativo contemporáneo.

Así, todas estas manifestaciones y ejemplos de *greenwashing*, lejos de promover una verdadera sostenibilidad ambiental dentro del gobierno corporativo, terminan produciendo el efecto contrario. La gobernanza empresarial, que debería estar alineada con la protección del medio ambiente, se convierte en una herramienta que favorece intereses económicos particulares, priorizando las ganancias de unos pocos sobre el bienestar colectivo y los principios de sostenibilidad.

Este uso instrumental del discurso ambiental no solo vacía de contenido los compromisos empresariales frente al cambio climático, sino que también genera una profunda desconfianza pública. Además, distorsiona las reglas del mercado, afecta la libre y leal

competencia entre empresas verdaderamente comprometidas con el desarrollo sostenible, y debilita los principios fundamentales del buen gobierno corporativo.

Frente a lo anterior, resulta necesario detenerse en la noción de responsabilidad empresarial ambiental como eje articulador entre el discurso de sostenibilidad y la práctica corporativa. Comprender cómo esta figura ha sido concebida y regulada en el contexto colombiano permitirá identificar las tensiones entre la intención normativa y su aplicación real. De hecho, es a partir de este marco —ético, legal y operativo— desde donde puede analizarse si los compromisos empresariales con el medio ambiente responden a una convicción auténtica o, por el contrario, son instrumentalizados como parte de estrategias de *greenwashing*. Así, el siguiente apartado se enfocará en el desarrollo normativo y conceptual de la responsabilidad ambiental empresarial en Colombia, como punto de partida para evidenciar su potencial —y sus límites— en la construcción de una gobernanza ambiental efectiva.

## **2. Responsabilidad empresarial ambiental en Colombia**

Desde el enfoque del contrato social -entendido aquí no en su acepción filosófica clásica, sino como una noción contemporánea en el campo de la responsabilidad social empresarial-, la responsabilidad social empresarial (en adelante “RSE”) se entiende como un pacto justo entre las instituciones y la sociedad, mediante el cual las empresas, en tanto actores económicos y sociales, deben contribuir activamente al bienestar colectivo. Por su parte, desde la perspectiva virtuosa, la empresa es una institución socioeconómica que tiene una seria responsabilidad moral frente a la sociedad (Adelaida María Ibarra Padilla 2014), en tanto su accionar tiene impactos directos sobre las condiciones de vida de los ciudadanos y sobre los recursos comunes.

Bajo ambas concepciones, la RSE se entrelaza de forma directa con los principios de la gobernanza corporativa, en tanto ambas figuras comparten un marco ético y estratégico que busca armonizar los intereses económicos con los sociales y ambientales. En ese sentido, la responsabilidad frente a la sostenibilidad ambiental puede ser comprendida como una manifestación concreta y especializada tanto de la gobernanza corporativa como de la RSE.

Comprender la responsabilidad ambiental empresarial implica reconocerla como un fenómeno que busca equilibrar el rol de la empresa como agente económico con los intereses de la sociedad como colectivo que cohabita un planeta finito en recursos. Este fenómeno responde, en esencia, a la tensión estructural entre la limitada disponibilidad de recursos naturales y las necesidades humanas que, como ya se ha mencionado, tienden a ser ilimitadas, situación abordada desde doctrinas filosóficas y económicas que

reconocen la crisis ecológica como expresión de un modelo de producción insostenible en respuesta al consumismo desbordado.

Frente a esta situación, tanto la comunidad internacional como Colombia han reaccionado con medidas jurídicas que, desde el derecho positivo, buscan mitigar el avance del deterioro ambiental. El derecho, en su función instrumental, ha seguido a la técnica y a los avances de la conciencia ambiental, generando un marco normativo relevante que incorpora el principio de sostenibilidad.

## **2.1. Marco normativo colombiano y su aplicación práctica**

Aunque ya se ha señalado previamente, conviene precisar que el análisis normativo que se desarrolla a continuación se enfoca en el marco jurídico colombiano en materia de responsabilidad ambiental empresarial, entendido como el conjunto de principios, normas e instrumentos que buscan integrar criterios ambientales en la actividad productiva y en la gestión corporativa. La inclusión de este componente normativo resulta fundamental para el propósito de este trabajo, en la medida en que el fenómeno del *greenwashing* surge precisamente como una distorsión práctica de dicho marco: no se trata de un problema derivado de la ausencia de regulación, sino del uso estratégico o aparente de las obligaciones legales y éticas para proyectar una imagen ambientalmente responsable que no se corresponde con las acciones reales de la empresa.

En este sentido, el *greenwashing* puede interpretarse como una consecuencia no deseada —y aún no regulada de manera específica en el ordenamiento jurídico colombiano— de la implementación de las normas sobre sostenibilidad empresarial. Se configura, en términos prácticos, como un fenómeno de tipo “hecha la norma, hecha la trampa”, en el que las empresas cumplen formal o parcialmente con las disposiciones ambientales, pero orientan dicha observancia hacia la construcción de discursos o campañas que buscan mejorar su reputación sin transformar sustancialmente sus prácticas productivas o su impacto ambiental. Por tanto, comprender el alcance, los vacíos y las posibilidades de este marco jurídico resulta indispensable para analizar los límites entre la gobernanza corporativa verdaderamente sostenible y las prácticas engañosas de sostenibilidad simulada.

- **Hitos internacionales relevantes:** Entre los instrumentos internacionales más significativos relacionados con el desarrollo sostenible y la protección ambiental, la mayoría tienen carácter de *soft law*, es decir, funcionan como marcos orientadores de política y aplicación de las normas, sin ser jurídicamente vinculantes. La excepción es la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992), incorporada a la legislación ambiental colombiana en el artículo 1 de la Ley 99 de 1993:

- Declaración de Estocolmo (1972): Primer gran esfuerzo global por sensibilizar a los gobiernos sobre la magnitud de los problemas ambientales, instando a adoptar políticas orientadas a su erradicación (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020).
- Informe de Brundtland (1987): Introdujo la noción de *desarrollo sostenible* como "*aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades*" (Asamblea General ONU 1987).
- Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992): Adoptada durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo en Río de Janeiro (3–14 de junio de 1992). Reafirma la Declaración de Estocolmo (1972) y promueve una alianza mundial nueva y equitativa, fomentando la cooperación entre Estados, sectores clave de la sociedad y personas, así como la protección de la integridad del sistema ambiental y de desarrollo global, reconociendo la naturaleza integral e interdependiente de la Tierra (ONU 1992).
- Cumbre de la Tierra – Río de Janeiro (1992): Se adoptó el *Programa 21*, un plan de acción global para implementar el desarrollo sostenible.
- Convenio sobre la Diversidad Biológica (1993): Tratado internacional centrado en tres objetivos: conservación de la biodiversidad, uso sostenible de sus componentes y participación justa y equitativa en los beneficios derivados de los recursos genéticos (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020).
- Cumbre de la Tierra Río+20 (2012): Reafirmó el compromiso político con el desarrollo sostenible, abordando especialmente dos temas: la economía verde y el marco institucional para el desarrollo sostenible (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020).
- Norma ISO 14000 (1996): Conjunto de estándares voluntarios para sistemas de gestión ambiental que buscan calificar el desempeño ambiental de las industrias (Organización Internacional de Normalización 1996).
- Cumbre del Milenio (2000): Estableció metas concretas en materia ambiental, como la incorporación del desarrollo sostenible en políticas públicas, la reducción de la pérdida de recursos, el acceso al agua potable y la mejora de la calidad de vida en zonas marginales (ONU 2000).

- **Desarrollo normativo en Colombia**

En el ordenamiento jurídico colombiano, el punto de partida es la Constitución Política de 1991, que prevé el derecho a un ambiente sano en su artículo 79:

*"Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines (República de Colombia 1991)."*

Análogamente, en el artículo 80, se consagra el principio de desarrollo sostenible desde la planificación estatal:

*"El Estado planificará expresamente el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución [...] (República de Colombia 1991)"*

Estas disposiciones configuran un aporte normativo fundamental al modelo de desarrollo económico colombiano, al establecer límites ecológicos al crecimiento económico y reconocer umbrales de sustentabilidad a nivel local, regional y global.

Por otra parte, se expidió la Ley 99 de 1993, que creó el Sistema Nacional Ambiental – SINA y estructuró el marco institucional ambiental del país. Esta ley surge como respuesta a los compromisos adquiridos en la Cumbre de Río de 1992, y consagra principios como el desarrollo sostenible, la protección de la biodiversidad, la contabilidad ambiental y la acción conjunta de actores públicos y privados (Carlos Eduardo López Dávila 2000).

Posteriormente, con el Decreto 3570 de 2011, se redefine la estructura del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, incorporando órganos sectoriales, fondos, unidades y establecimientos con funciones de gestión científica y tecnológica ambiental (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020).

Por su parte, la Superintendencia de Sociedades, en la Adición del Capítulo XV a la Circular Básica Jurídica 100-000008 de 12 de julio de 2022, ha promovido estándares no vinculantes de sostenibilidad empresarial, incentivando la implementación de reportes con información clara y verificable sobre impactos ambientales (Superintendencia de Sociedades 2023).

- **Incentivos a la sostenibilidad empresarial**

Más allá de la regulación, el ordenamiento colombiano también ha incorporado mecanismos de incentivo para promover conductas empresariales responsables en materia ambiental. En ese sentido, la Ley 1819 de 2016 (reforma tributaria estructural), en su artículo 255, establece beneficios tributarios para las personas jurídicas que realicen inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente (Congreso de la República de Colombia 2016).

El Decreto 2205 de 2017, reglamentario de esta norma, define dichas inversiones como aquellas orientadas a lograr resultados medibles en la disminución del uso de recursos naturales renovables y en la prevención o reducción de residuos y emisiones contaminantes, ya sea durante el proceso productivo (control en la fuente) o al final de este (control posterior) (*Decreto N° 2205 de 2017: «Por el cual se modifica parcialmente el Capítulo 18, Título 1, Parte 2, Libro 1 del Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria y se dictan otras disposiciones»*. 2017).

Finalmente, la Resolución 0509 de 2018 establece los requisitos para que las empresas acrediten dichas inversiones ante las autoridades ambientales competentes, con el fin de acceder a los beneficios tributarios mencionados (*Resolución 0509 de 2018: «Por la cual se establecen la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la acreditación o certificación de las inversiones de control del medio ambiente y conservación y mejoramiento del medio ambiente y se dictan otras disposiciones»*. 2018).

Ahora bien, es fundamental analizar si, en el caso colombiano, estas regulaciones —tanto internacionales como nacionales— que constituyen los primeros trazos en materia de sostenibilidad ambiental empresarial y que surgen como respuesta a la ya preocupante situación ambiental generada por el consumo excesivo y el agotamiento de los recursos naturales, son en efecto aplicadas conforme a la *teleología* de la norma y su *ratio legis*. Es decir, si verdaderamente se está logrando que las empresas reorienten su gobierno corporativo —entendido este como el sistema mediante el cual se dirige y controla la organización— hacia la búsqueda de un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación del entorno natural.

En este punto, es importante reiterar que el marco legal colombiano en materia ambiental ha sido concebido principalmente como un conjunto de normas de cumplimiento obligatorio para garantizar una actuación empresarial responsable frente a los impactos que genera. No obstante, este mismo marco, al no prever mecanismos suficientes para asegurar la autenticidad de dicho cumplimiento, puede ser instrumentalizado estratégicamente. Así, el *greenwashing* no se presenta como una infracción directa de la norma, sino como un efecto no previsto de su aplicación meramente formal, donde las

empresas, en lugar de asumir compromisos sustantivos, utilizan el lenguaje de la sostenibilidad para obtener beneficios reputacionales sin modificar sus prácticas de fondo.

En esa línea, más que verificar la existencia de normas, el foco debe situarse en la medida en que estas están operando como verdaderos instrumentos de cambio en el gobierno corporativo de las empresas, y no simplemente como vehículos para obtener ventajas simbólicas, tributarias o comerciales. De allí la importancia de distinguir cuándo nos encontramos frente a decisiones empresariales coherentes con una sostenibilidad ambiental genuina —es decir, real y verificable— y cuándo, por el contrario, se recurre a prácticas que, aunque discursivamente alineadas con el cumplimiento normativo, constituyen en realidad estrategias de simulación, propias del fenómeno ampliamente identificado como *greenwashing*.

Este fenómeno, lejos de representar un avance hacia la responsabilidad ambiental empresarial, constituye una desviación del propósito normativo, desdibujando la frontera entre el cumplimiento auténtico y la simulación estratégica. Por ello, el análisis crítico de la efectividad normativa en esta materia debe pasar no solo por la existencia de regulaciones, sino por su aplicación efectiva, su fiscalización rigurosa y el diseño de incentivos que privilegien acciones verificables y sostenidas en el tiempo, antes que discursos de sostenibilidad vacíos de contenido.

### **2.1.1. ¿Impacto real o simulación estratégica?**

Como se ha venido desarrollando, lo verdaderamente relevante de la regulación en materia de sostenibilidad ambiental no es su mera existencia formal, sino su capacidad de traducirse en actos concretos de gobierno corporativo que reflejen un compromiso auténtico con la preservación del entorno y la conciencia sobre la finitud de los recursos naturales. La normativa, en este sentido, debe operar como catalizador de decisiones empresariales informadas y estructuralmente alineadas con los principios de sostenibilidad.

Esto exige superar la lógica del cumplimiento superficial y transitar hacia un modelo donde la sostenibilidad ambiental sea un eje rector de la dirección empresarial, y no una simple estrategia discursiva orientada a generar beneficios reputacionales, comerciales o tributarios. Tal como lo advertía la Declaración de Estocolmo de 1972, *“sólo mediante una profunda preocupación, información y conocimiento, compromiso y acción por parte de los pueblos del mundo se podrá responder a los problemas del medio ambiente. Las leyes y las instituciones no son suficientes. La voluntad de las personas debe ser lo suficientemente fuerte y persistente para lograr una vida verdaderamente satisfactoria para toda la humanidad (ONU 1972)”*.

Esa advertencia mantiene hoy toda su vigencia. La sostenibilidad no puede quedarse en el plano declarativo o simbólico: debe concretarse en decisiones empresariales que internalicen de forma real los límites del entorno. En este contexto, resulta indispensable discernir si la aplicación de las normas ambientales por parte de las empresas responde a una interiorización de su finalidad protectora o si, por el contrario, obedece a una lógica instrumental de simulación estratégica, más cercana al *greenwashing* que a un compromiso estructural.

Dicho lo anterior, en Colombia se ha iniciado un proceso de apropiación progresiva de la temática ambiental, tanto en el plano normativo —como se expuso anteriormente— como en el discurso social. No obstante, estos avances siguen siendo limitados y, en buena medida, simbólicos. Si bien se ha incorporado una noción de responsabilidad social empresarial con enfoque ambiental, está aún no logra permear de forma estructural a todas las instancias de la sociedad ni al conjunto del aparato productivo. La raíz del problema parece encontrarse en una conciencia ambiental aún incipiente por parte de la ciudadanía, lo que disminuye la presión social efectiva sobre las empresas para que asuman compromisos reales y sostenibles con el entorno (María Andrea Trujillo Dávila y Ángel Rodrigo Vélez Bedoya 2006).

En ese sentido, en el texto, “*Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness*”, identifican tres motivaciones fundamentales por las cuales las organizaciones responden a las presiones sociales frente a la problemática ambiental: la posibilidad de obtener ventajas competitivas, la necesidad de legitimarse socialmente y la existencia de una auténtica responsabilidad social. (Pratima Bansal y Kendall Roth 2000). En el marco de este artículo, resulta pertinente señalar que los dos primeros motivos tienden a imponerse con mayor frecuencia, lo que favorece escenarios en los que lo ambiental se convierte en un recurso discursivo para ganar reputación o mercado, más que en una convicción estructural de transformación organizacional.

A pesar de ello, existen casos que, según lo reportado en distintos informes, muestran algunos avances en el fortalecimiento del gobierno corporativo orientado hacia la sostenibilidad ambiental. Tal es el caso del Grupo Empresarial Bavaria, que ha incorporado dentro de sus ejes estratégicos la promoción de una cultura de responsabilidad social. Los resultados asociados a este compromiso se presentan anualmente en su informe de sostenibilidad, en el que se destacan acciones como la inversión en tecnologías limpias, la implementación de un programa de gestión de residuos sólidos con una tasa de reciclaje del 88% en sus plantas, y la certificación ISO 14000 en la totalidad de sus instalaciones (María Andrea Trujillo Dávila y Ángel Rodrigo Vélez Bedoya 2006). Además, el 100% de su producción cervecera utiliza energía solar, lo que demuestra una apuesta concreta por la transición energética (Forbes Advertorial 2024).

Otras organizaciones como Alpina, la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá, Panamco y PAVCO también han diseñado e implementado políticas empresariales con orientación ambiental, lo cual permite vislumbrar una ruta posible hacia un modelo productivo más responsable (María Andrea Trujillo Dávila y Ángel Rodrigo Vélez Bedoya 2006). Si bien estas iniciativas pueden estar motivadas por diversas razones — económicas, reputacionales o sociales—, lo cierto es que, comparadas con los ejemplos internacionales más descarados de *greenwashing* antes analizados, representan un punto de avance y un equilibrio incipiente entre rentabilidad económica y compromiso ambiental.

Sin embargo, incluso en estos casos es imprescindible mantener una vigilancia activa sobre la profundidad y la permanencia de estos cambios. La tentación de instrumentalizar la sostenibilidad como una mera herramienta de marketing o diferenciación competitiva persiste, y no puede descartarse que iniciativas inicialmente genuinas deriven con el tiempo en nuevas formas de *greenwashing* empresarial.

Así ha ocurrido, por ejemplo, en el contexto colombiano con el caso de Cerrejón, un complejo integrado de minería y transporte ubicado en el departamento de La Guajira, al norte del país (Linkedin 2025). En 1975, la empresa International Colombia Resources Corporation obtuvo la licencia para explotar la mina, que abarca cerca de 32.000 hectáreas. Un año después, en 1976, se firmó un contrato de asociación por 33 años con Carbones de Colombia, y en 1999, dicho acuerdo fue extendido por 25 años adicionales mediante una nueva negociación con el Estado colombiano, prolongando así la explotación hasta el año 2034 (Santiago Martínez Roa y Miguel David Tascón Choco 2021).

Este proyecto ha estado en el centro de controversias ambientales y sociales. El 28 de septiembre de 2020, la ONU publicó un comunicado del Relator Especial sobre derechos humanos y medio ambiente, David R. Boyd, en el que solicitaba la suspensión de las actividades de la mina. La preocupación se centraba en los graves impactos sobre la calidad del aire, que ponían en riesgo las condiciones de vida de la comunidad indígena *Wayúu* y aumentaban la vulnerabilidad de sus miembros frente a enfermedades respiratorias (Santiago Martínez Roa y Miguel David Tascón Choco 2021).

A pesar de estas advertencias, la empresa ha mantenido una narrativa de responsabilidad social y ambiental que contrasta con los efectos reales de su actividad. Esto evidencia una estrategia de *greenwashing*, es decir, la adopción de un discurso ambientalista que pretende proyectar una imagen de sostenibilidad sin modificar estructuralmente sus prácticas más dañinas.

En su informe de sostenibilidad de 2024, Cerrejón afirma, entre otras cosas, que el 91% del agua que utiliza proviene de aguas lluvias almacenadas en zonas mineras no aptas para el consumo humano ni animal. Asimismo, reporta la siembra de más de 640.000 árboles de bosque seco tropical, con un total acumulado de 3,7 millones de árboles sembrados y más de 5.200 hectáreas de áreas rehabilitadas (Cerrejon 2024). Sin embargo, dichas acciones, aunque positivas en apariencia, no transforman el núcleo de su operación: la minería a gran escala, una de las actividades más contaminantes y destructivas del medio ambiente.

Por ello, Cerrejón representa un claro ejemplo de lo que se ha denominado *dirty business*, es decir, empresas cuya actividad principal es ambientalmente insostenible, pero que maquillan su imagen mediante iniciativas puntuales de corte ecológico que no alteran sustancialmente su impacto negativo.

Un caso similar es el de Ecopetrol, la principal empresa colombiana del sector de hidrocarburos, cuyas actividades han generado un alto volumen de emisiones de gases de efecto invernadero. Según *The Carbon Majors Report*, Ecopetrol figuraba entre las 100 compañías responsables del 71% de las emisiones globales de estos gases entre los años 1988 y 2015 (CDP y Cimate Accountability 2017). Esta clasificación plantea serios interrogantes sobre el verdadero grado de compromiso ambiental de la empresa y la forma en que comunica sus iniciativas de sostenibilidad.

El riesgo de incurrir en *greenwashing* es evidente cuando se observa que, a pesar de su significativa participación en la crisis climática, Ecopetrol proyecta una imagen de responsabilidad ambiental que podría no corresponder con la realidad de sus prácticas operativas. A través de campañas publicitarias o informes corporativos, estas empresas pueden promover la idea de que están adoptando medidas sustanciales para mitigar su impacto ambiental, mientras que, en la práctica, sus operaciones continúan contribuyendo de manera considerable a la contaminación y al cambio climático (Andrés Camilo Alfonso 2023). Este tipo de contradicciones evidencia la importancia de examinar críticamente la coherencia entre el discurso empresarial y las acciones concretas en materia ambiental.

Otro caso de posible *greenwashing* que ha sonado bastante en el contexto colombiano es el de la empresa colombo-estadounidense Wakate, dedicada a la producción y comercialización de plantas mediante su vivero de aguacate Hass, promovido como un proyecto “sostenible”. Esta empresa opera en el departamento de Caldas, específicamente en los municipios de Aránzazu y Neira, donde ha generado una creciente tensión con las comunidades locales desde el inicio de sus actividades en 2018 (Santiago Martínez Roa y Miguel David Tascón Choco 2021).

Entre las principales preocupaciones se encuentran los impactos ambientales negativos de sus operaciones, especialmente la apertura de caminos en zonas de reserva forestal y la presunta afectación de fuentes hídricas esenciales para el consumo humano. Diversos informes comunitarios hechos por veedurías, como por ejemplo “*por la vida y la dignidad del campo*”, han denunciado que unas 7.000 personas han visto deteriorada la calidad del agua que consumen, presentando altos niveles de turbiedad atribuibles a las actividades de Wakate. Esta situación ha provocado movilización social y protestas, debido al deterioro en las condiciones de vida y la percepción de una amenaza directa al derecho al agua (Santiago Martínez Roa y Miguel David Tascón Choco 2021).

CORPOCALDAS, autoridad ambiental regional, inició en 2020 un proceso sancionatorio contra la empresa. No obstante, dicha sanción fue levantada posteriormente, tras la construcción por parte de Wakate de una planta de tratamiento de agua, medida que no logró satisfacer las exigencias de la comunidad afectada según los testimonios recogidos por las veedurías. A pesar de la implementación de esta planta, los problemas persisten y la población continúa denunciando una gestión ambiental deficiente y una respuesta institucional insuficiente (Andrés Camilo Alfonso 2023).

En este contexto, las prácticas de Wakate podrían considerarse un claro ejemplo de *greenwashing*, al presentarse públicamente como una empresa comprometida con la sostenibilidad ambiental, mientras que en la práctica ha sido acusada de generar serios daños ecológicos, particularmente sobre fuentes hídricas fundamentales para la región, nuevamente un caso de *dirty business*. La contradicción entre el discurso empresarial y los efectos reales de sus operaciones refuerza la necesidad de una vigilancia crítica frente al uso del lenguaje ambiental en el marketing corporativo.

Al observar otros sectores estratégicos de la economía, como el arrocero, se evidencia una narrativa institucional que también ha adoptado el lenguaje de la sostenibilidad, aunque sus prácticas en terreno pueden distar de ese ideal. Según la Federación Nacional de Arroceros (FEDEARROZ), la productividad del cultivo de arroz depende en gran medida de la incorporación de herramientas tecnológicas y del nivel de mecanización adoptado por los productores. De acuerdo con datos internos de la Federación, aproximadamente el 60% de los cerca de 22.000 agricultores afiliados utiliza métodos mecanizados, mientras que el restante 40% continúa empleando técnicas tradicionales de siembra como el uso del palo o chuzo (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020).

Esta transición hacia una agricultura más tecnificada ha sido acompañada, desde el año 2002, por la implementación de prácticas consideradas como ambientalmente responsables, iniciando con la Guía Ambiental del Arroz y, más adelante, con la creación del programa AMTEC en 2012. Este último se presenta como un modelo de manejo agronómico orientado a mejorar la eficiencia de la producción, reducir el impacto

ambiental y optimizar costos mediante estrategias como el uso racional del agua, el control del laboreo intensivo, la gestión adecuada de agroquímicos, y el manejo sostenible de los residuos de cosecha (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020)

Sin embargo, en la práctica, estos avances no han sido homogéneos ni suficientes para evitar conflictos ambientales asociados al cultivo de arroz en varias regiones del país. Por ejemplo, la CORPOCESAR ha alertado sobre una serie de impactos negativos relacionados con el uso intensivo del recurso hídrico en épocas de sequía, la aplicación indiscriminada de agroquímicos, la eliminación de zonas naturales para expansión agrícola, y el deterioro progresivo del suelo por el uso continuo de maquinaria pesada. Además, se han registrado casos de mortandad de peces debido a residuos químicos que llegan a las fuentes hídricas tras las labores de riego, así como conflictos sociales por el acceso al agua y el progresivo cambio de uso del suelo en detrimento de su vocación natural (Jenny Alexandra Martínez Suárez 2020).

Estas contradicciones ponen de relieve que, aunque el sector ha adoptado un discurso ambientalmente responsable y promueve programas como AMTEC, en la práctica persisten dinámicas extractivas que afectan ecosistemas y comunidades locales. De esta manera, se configura una forma sutil de *greenwashing*, en la que se destaca el cumplimiento de ciertos estándares técnicos o programas piloto, mientras se silencian o minimizan los impactos socioambientales estructurales derivados del modelo de producción. La sostenibilidad, nuevamente, termina funcionando más como un recurso discursivo que como un compromiso real con el territorio.

Una situación similar se observa en el sector cafetero. Aunque existe conciencia sobre normativas internacionales como el Reglamento Europeo de Deforestación (EUDR) — lo que ha impulsado mayores exigencias en trazabilidad y cumplimiento ambiental (FNC - Marcela Gaviria Botero 2023), también se evidencian brechas importantes entre los métodos tradicionales de cultivo y los nuevos esquemas tecnificados, más alineados con principios ecológicos y de responsabilidad social. Estas nuevas formas de producción, si bien responden a una demanda creciente por prácticas sostenibles, enfrentan retos considerables tanto en lo económico como en lo técnico, especialmente cuando se busca equilibrar la rentabilidad con los objetivos de conservación ambiental (Yamilhet Andrade Arango et al. 2021).

En Colombia, los grandes productores, al tener mayores márgenes de maniobra, podrían adoptar medidas más sostenibles, pero con frecuencia perciben estas prácticas como una amenaza a su rentabilidad. Esta tensión entre el interés económico y la sostenibilidad ambiental evidencia que muchas veces las iniciativas “verdes” no responden a una convicción ética real, sino más bien a una estrategia para cumplir con requisitos de mercado o mejorar la imagen corporativa (Yamilhet Andrade Arango et al. 2021).

Así, se traza nuevamente una línea crítica frente al fenómeno del *greenwashing*: aunque se adopten discursos ambientalistas o se cumplan formalmente ciertos estándares, la falta de coherencia entre el discurso y las prácticas reales pone en duda el verdadero compromiso de algunos actores del sector cafetero con la sostenibilidad integral — económica, social y ambiental.

## **2.2. Recapitulación y conclusiones**

El presente escrito ha abordado la compleja relación entre la conciencia ambiental corporativa, el gobierno corporativo, la RSE y el marco regulatorio colombiano e internacional que de ello se desprende, destacando la importancia de su integración para fomentar modelos empresariales verdaderamente sostenibles. A lo largo del artículo, se examinó el contexto normativo vigente, identificando los instrumentos legales y políticas públicas que orientan a las empresas hacia la sostenibilidad ambiental y social; y se evidencia que, aunque la regulación ha avanzado en promover la incorporación de prácticas sostenibles, persiste la necesidad de fortalecer su aplicación efectiva y su vinculación con principios éticos profundos, que permitan trascender un cumplimiento formal y superficial.

Igualmente, fruto del análisis del papel del gobierno corporativo como mecanismo clave para incorporar la sostenibilidad en la gestión empresarial, se argumenta que las estructuras de gobierno deben ser diseñadas para integrar objetivos ambientales, sociales y de buen gobierno, promoviendo la transparencia, la rendición de cuentas y la participación activa de los grupos de interés, en particular de aquellos vinculados a la protección ambiental. En este sentido, en la vertiente de la sostenibilidad y la RSE, el gobierno corporativo no solo responde a exigencias legales, sino que representa un compromiso estratégico que reconoce el valor integral de la empresa en la sociedad.

El hilo conductor del texto resaltó también la RSE como eje fundamental que debe guiar tanto la legislación como la práctica empresarial, pues, esta debe ir va más allá de un mandato legal o un requerimiento externo: debe implicar una conciencia genuina y una convicción ética de las empresas como actores sociales que deben actuar de manera responsable y solidaria con el medio ambiente y la comunidad. Se plantea entonces que la sostenibilidad no puede reducirse a un recurso instrumental para mejorar la imagen corporativa o maximizar beneficios económicos a corto plazo, sino que debe entenderse como un imperativo moral, derivado del reconocimiento de que la actividad humana está limitada por la capacidad finita del planeta.

Este argumento ético se profundiza al destacar que el planeta Tierra posee recursos naturales limitados y que la presión desmedida del consumo y la explotación

irresponsable ponen en riesgo no solo la biodiversidad y los ecosistemas, sino la propia continuidad de la vida humana. En consecuencia, las empresas deben interiorizar que la preservación del hábitat es la condición *sine qua non* para garantizar el bienestar y la prosperidad de las generaciones actuales y futuras. El bienestar humano es inseparable de la salud ambiental, y sin un entorno natural sustentable, incluso las ambiciones económicas y materiales pierden sentido, ya que carecerían de soporte en un planeta inhabitable.

Por tanto, se argumenta que la conciencia ambiental corporativa, alineada con un gobierno corporativo que privilegie la sostenibilidad y respete el marco regulatorio nacional e internacional, debe basarse en una auténtica responsabilidad social, guiada por su valor *per se* y no por factores sociales o reputacionales. De esta manera, debe ser vivida como un acto ético y responsable de la empresa como entidad compuesta por recurso humano, comprometida con la preservación del planeta y con la justicia intergeneracional. Solo a través de este compromiso ético y una regulación efectiva será posible consolidar un modelo de desarrollo empresarial sostenible que responda a las verdaderas necesidades del planeta y la sociedad, superando los intereses particulares y cortoplacistas.

Igualmente, se enfatiza que la prioridad debe ser la protección del hábitat en que habitamos, puesto que es el fundamento esencial de toda actividad económica y social. La ética ambiental corporativa debe asumir que el valor real de la riqueza no reside en el dinero o el capital, sino en los recursos naturales que sustentan la vida y permiten el desarrollo humano. La responsabilidad social empresarial, entonces, es la expresión concreta de una conciencia ambiental profunda, que reconoce que el cuidado del planeta es la condición indispensable para cualquier forma de bienestar y progreso genuino.

Finalmente, es necesario reconocer que, en la práctica actual, muchas decisiones corporativas en materia de responsabilidad ambiental se han visto permeadas por dinámicas de *greenwashing*, en las que prima la apariencia de sostenibilidad sobre la adopción de medidas concretas y efectivas. Esta situación no solo limita el verdadero alcance e impacto de las políticas ambientales en el ámbito empresarial, sino que también puede socavar la confianza de los grupos de interés y de la sociedad en general frente al compromiso ambiental del sector privado. No obstante, si en Colombia y a nivel global se adopta y fortalece este enfoque ético desarrollado como fundamento de la responsabilidad ambiental, será posible avanzar hacia una responsabilidad corporativa auténtica, que trascienda lo meramente discursivo y se traduzca en acciones reales, sostenibles y duraderas.

## Bibliografía

- Adelaida María Ibarra Padilla. 2014. «Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano». *Rev. Derecho no.41 Barranquilla*.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-86972014000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-86972014000100003&script=sci_arttext).
- AKEPA. 2025. «Greenwashing: 18 ejemplos destacados recientes».  
[https://thesustainableagency-com.translate.google.com/blog/greenwashing-examples/?x\\_tr\\_sl=en&x\\_tr\\_tl=es&x\\_tr\\_hl=es&x\\_tr\\_pto=tc](https://thesustainableagency-com.translate.google.com/blog/greenwashing-examples/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=es&x_tr_hl=es&x_tr_pto=tc).
- Andrés Camilo Alfonso. 2023. «Fachada verde: explorando el greenwashing en todo su contexto, para el desarrollo de una campaña transmedia con el fin de informar y generar conciencia social». *Universidad Javeriana*.
- Asamblea General ONU. 1987. «Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo». Conference paper presented en DESARROLLO Y COOPERACION ECONOMICA INTERNACIONA: MEDIO AMBIENT.  
[https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf).
- Blog ADICAE Consumidores Críticos , Responsables y Solidarios. 2022. «5 ejemplos de Greenwashing recientes: cómo distinguir estas falsas campañas verdes».  
<https://www.otroconsumoposible.es/ejemplos-de-greenwashing/>.
- Blog de la Universidad Europea. 2024. «¿Qué es sostenibilidad ambiental?»  
<https://colombia.universidadeuropea.com/blog/sostenibilidad-ambiental/#definicion-sostenibilidad-ambiental>.
- Carlos Eduardo López Dávila. 2000. «Análisis y propuesta integral para la operatividad del Sistema Nacional Ambiental—SINA». *Universidad Javeriana*.  
<https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/94628fc5-860f-4bf1-9b59-78b1b937bfd1/content>.
- CDP y Climate Accountability. 2017. «The Carbon Majors Report». Conference paper presented en Cumbre del Milenio.
- Cerrejon. 2024. «Informe de sostenibilidad 2024».  
[https://www.cerrejon.com/sites/default/files/2025-06/INFORME%20DE%20SOSTENIBILIDAD%202024\\_COMPRIMIDO.pdf](https://www.cerrejon.com/sites/default/files/2025-06/INFORME%20DE%20SOSTENIBILIDAD%202024_COMPRIMIDO.pdf).
- Claudia Lucía Alejos Góngora. 2013. «GREENWASHING: SER VERDE O PARECERLO». *IESE Business School. Universidad de Navarra. Barcelona*.  
<http://iese.edu/media/research/pdfs/ST-0328.pdf>.
- Decreto N° 2205 de 2017: «Por el cual se modifica parcialmente el Capítulo 18, Título 1, Parte 2, Libro 1 del Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria y se dictan otras disposiciones». (2017).  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=85049>.
- EXPOK. 2023. «17 marcas acusadas de greenwashing en 2023».  
<https://www.expoknews.com/17-marcas-acusadas-de-greenwashing-en-2023/>.
- FNC - Marcela Gaviria Botero. 2023. «Perspectivas del Sector Cafetero Colombiano en la Implementación de la EUDR». Conference paper presented en Perspectivas del Sector Cafetero Colombiano en la Implementación de la EUDR. agosto 31. [http://4c-services.org/wp-content/uploads/2023/09/5\\_ES\\_Marcela-Gaviria\\_Perspectivas-del-Sector-Cafetero-Colombiano-en-la-Implementacion.pdf](http://4c-services.org/wp-content/uploads/2023/09/5_ES_Marcela-Gaviria_Perspectivas-del-Sector-Cafetero-Colombiano-en-la-Implementacion.pdf).

- Forbes Advertorial. 2024. «Bavaria cumple su promesa: el 100 % de sus cervezas ya son hechas con electricidad solar». Forbes.
- Greenpeace. s. f. «Stop Greenwashing».
- Jenny Alexandra Martínez Suárez. 2020. «Responsabilidad Ambiental Empresarial y acceso al incentivo de inversión en control, conservación y mejoramiento del medio ambiente por parte del sector arrocero en Colombia.» *UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/3ea82ffc-1fab-4730-b144-26f0170e291f/content>.
- Jon Pierre y B. Guy Peters. 2000. *Governance, Politics and the State*. Macmillan.
- Ley 1819 de 2016: “Por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones.” (2016). <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/resolucion-0509-de-2018.pdf>.
- Lima Compost S.A.C. 2025. «Starbucks y el greenwashing del “compost de café”». LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/starbucks-y-el-greenwashing-del-compost-de-caf%C3%A9-lima-compost-ajbce/>.
- LinkedIn. 2025. «Cerrejón Colombia». <https://www.linkedin.com/company/cerrejon-colombia?originalSubdomain=co>.
- M. P. Pies, D. K. Baggio, y M. C. Romeiro. s. f. *Participation of Associates: A Strategic cornerstone of cooperativism governance*.
- Margarita Gutiérrez Gutiérrez. 2021. «El Marketing, el Greenwashing y su influencia en el Brand Equity. Caso de estudio: Colombia». *Universidad Autónoma de Barcelona/Corporación Universitaria Asturias, España*. <http://iese.edu/media/research/pdfs/ST-0328.pdf>.
- María Andrea Trujillo Dávila y Angel Rodrigo Vélez Bedoya. 2006. *Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial*. <http://iese.edu/media/research/pdfs/ST-0328.pdf>.
- Morten Huse. 2005. *CORPORATE GOVERNANCE: UNDERSTANDING IMPORTANT CONTINGENCIES*. <https://doi.org/10.22495/cocv2i4p3>.
- OCDE. 2015. «Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20». Conference paper presented en Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20. <https://doi.org/10.1787/9789264236882-en>.
- OCDE. 2023. «Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20». Conference paper presented en Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20. [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2023/09/g20-oecd-principles-of-corporate-governance-2023\\_60836fcb/fb38c737-es.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2023/09/g20-oecd-principles-of-corporate-governance-2023_60836fcb/fb38c737-es.pdf).
- ONU. 1972. «DECLARACIÓN DE ESTOCOLMO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE HUMANO».
- ONU. 1992. «Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo».
- ONU. 2000. «Declaración del Milenio». Conference paper presented en Cumbre del Milenio.
- ONU. 2023. «CSDDD: Directiva sobre Diligencia Debida de Empresas y Sostenibilidad». Conference paper presented en Pacto Mundial de la ONU. <https://www.pactomundial.org/noticia/csddd-directiva-sobre-diligencia-debida-empresas-sostenibilidad/>.
- Organización Internacional de Normalización. 1996. «Norma ISO 14000».
- Paula Mateu. 2024. «Greenwashing: qué es, cómo es la nueva normativa europea y otras claves». National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com.es/medio->

ambiente/greenwashing-que-es-como-se-esta-combatiendo-otras-claves-esta-practica\_22526.

- Plinio Zarta Ávila. 2018. *LA SUSTENTABILIDAD O SOSTENIBILIDAD: UN CONCEPTO PODEROSO PARA LA HUMANIDAD*. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>.
- Pratima Bansal y Kendall Roth. 2000. *Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness*.
- Rafael La Porta, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer, y Robert w. Vishny. 1998. *Law and Finance*.
- República de Colombia. 1991. *Constitución Política de Colombia*. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1687988>.
- Resolución 0509 de 2018: «Por la cual se establecen la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la acreditación o certificación de las inversiones de control del medio ambiente y conservación y mejoramiento del medio ambiente y se dictan otras disposiciones». (2018). <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/resolucion-0509-de-2018.pdf>.
- Santiago Martínez Roa y Miguel David Tascón Choco. 2021. «GREENWASHING EN COLOMBIA». *Universidad Icesi*. <https://repository.icesi.edu.co/items/fa913350-d68e-46a3-b2c8-76c6050c8a59>.
- Superintendencia de Sociedades. 2023. «Política de Sostenibilidad».
- Yamilhet Andrade Arango, Edisson Castro Escobar, y Duván Emilio Ramírez Ospina. 2021. *Certificaciones e iniciativas de sostenibilidad en el sector cafetero: un análisis desde la auditoría ambiental en el departamento de Caldas, Colombia*. <http://iesee.edu/media/research/pdfs/ST-0328.pdf>.