

¿Cómo el conocimiento y la apropiación del décimo segundo objetivo de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas “producción y consumo responsables” por parte de la industria en Medellín ha generado un impacto positivo en los ciudadanos?

Mariana Escorce Moreno

Asesora: Diana Restrepo

Colegio Marymount

Medellín

Proyecto de Grado 2020

1. Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Justificación.....	7
Pregunta de investigación.....	8
Objetivos.....	8
General.....	8
Específicos	8
Marco Teórico	9
1. Producción y Consumo Responsables	9
1.1. ¿Qué es el desarrollo sostenible?	9
1.2. ¿Cómo surgen los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas?	
10	
1.2.1. Objetivos del Milenio de acuerdo con la ONU	10
1.2.2. Principios de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo	11
1.3. Objetivos de desarrollo sostenible propuestos por las Naciones Unidas para el año 2030.....	11
1.4. Décimo Segundo Objetivo - Producción y Consumo Responsables	13
1.4.1. Metas del Décimo Segundo Objetivo	17
1.5. ¿Qué es la Huella Ecológica?	18
2. Industrias en Medellín	20

2.1.	Consumo en Medellín	20
2.2.	Empezar por crear capacidades	21
2.3.	Plan de desarrollo de Medellín 2016 - 2019	21
2.4.	Cambios desde las Industrias	23
2.5.	Acciones en pro de la producción y el consumo responsables por parte de Grupo Éxito	23
2.6.	Acciones en pro de la producción y el consumo responsables por parte de Grupo Nutresa	25
3.	Metodología de la Investigación	31
3.1.	Los métodos de recopilación de datos.....	31
3.2.	Población y procedimientos llevados a cabo	31
4.	Análisis	35
4.1.	Organización de la información	35
4.1.1.	Encuestas.....	35
4.1.2.	Entrevistas	42
4.2.	Interpretación de las categorías.....	44
4.2.1.	Acciones.....	44
4.2.2.	Impactos	49
4.3.	Relaciones entre las acciones y los impactos.....	53
5.	Conclusiones	56
6.	Bibliografía	58

Anexos	63
---------------------	-----------

Resumen

Las diferentes prácticas en las industrias, que disminuyan costos sociales, ambientales y económicos han sido una herramienta indispensable en la apropiación que los ciudadanos tengan de un comportamiento que, de la misma manera, aporte a la preservación de estos recursos.

Esta investigación se enfoca inicialmente en el desarrollo de tres objetivos, el primero fue definir los conceptos de desarrollo sostenible de acuerdo con las Naciones Unidas en la agenda 2030, de donde surgen la producción y el consumo responsables, luego se presenta un contexto sobre el consumo y el impacto ambiental en la ciudad de Medellín, reconociendo algunas de las acciones emprendidas por dos de las industrias más representativas de la ciudad, Grupo Nutresa y Grupo Éxito, que se han interesado por ser parte de estas iniciativas e incorporar las mejores prácticas a su cotidianidad, para finalmente analizar su relación con los hábitos que se han adoptado por parte de los ciudadanos en los últimos años, desde que surgieron los objetivos de desarrollo sostenible de las naciones unidas.

Palabras clave: *Sostenibilidad, Desarrollo, Industria, Consumidor, Acciones, Impacto, Comportamiento.*

Abstract

The industrial practices that reduce social, environmental and economic costs have been an indispensable tool in the appropriation that citizens have of a behavior that, in the same way, contributes to the preservation of these resources.

This research initially focuses on the development of three objectives, the first one was to define the concepts of sustainable development according to the United Nations on the 2030 agenda, from which responsible consumption and production emerge, then a context on the consumption and the environmental impact in the city of Medellín is presented, recognizing some of the actions taken by two of the most representative industries in the city, Grupo Nutresa and Grupo Éxito, who have shown an interest in being part of these initiatives and incorporating the best practices into their daily processes, to finally analyze their relationship with the habits that have been adopted by the citizens in recent years, since the United Nations Sustainable Development Goals emerged.

Key words: *Sustainability, Development, Industry, Consumer, Actions, Impact, Behavior.*

Introducción

La presente investigación sobre la relación entre la apropiación de la producción y el consumo responsables por parte de la industria y los comportamientos de los ciudadanos en la ciudad de Medellín, forma parte del proyecto de grado cuyo enfoque es el aprendizaje en investigación y acompañamiento en la orientación vocacional sobre lo que abarca nuestro campo profesional de interés.

Mucho se ha dicho respecto del alcance de la sostenibilidad en distintos sectores en la actualidad. Ha impactado desde los comportamientos y los hábitos de las personas, hasta los procesos que se llevan a cabo en las grandes industrias. Nuestro entendimiento del mundo y del impacto que tiene nuestra manera de vivir ha cambiado considerablemente durante los últimos años. Este conocimiento ha llevado a una apropiación en pro del desarrollo sostenible por parte de actores pertenecientes a todas las partes involucradas en la cadena de valor, desde el productor hasta el consumidor final.

Es imposible lograr un desarrollo sin tener unas bases que lo hagan cotidiano y permanente. Es así como los esfuerzos para lograr esas bases se han enfocado en resolver problemáticas en diferentes entornos. He allí que en este trabajo de investigación nos ocupemos de un tema relacionado con esas bases que generen desarrollo a corto, mediano y largo plazo, ocupándose de enlazar tres fuerzas fundamentales que movilizan el mundo: la económica, la ambiental y la social.

Justificación

Esta investigación busca identificar impactos que se han generado en los hábitos de los consumidores de la ciudad de Medellín, generados por ciertos cambios en las prácticas de algunas de las industrias de la ciudad, que han mostrado una inclinación por llevar el desarrollo hacia modalidades sostenibles. En gran parte, la rápida acogida y expansión que ha tenido el interés por la sostenibilidad se debe a los cambios promovidos desde actores visibles en el entorno empresarial, tanto para las personas como para las demás industrial, que se han motivado a ser parte de estas iniciativas.

Debido a que la forma en la que consumimos hoy en día va en contravía de un desarrollo sostenible, lo que representa una alta demanda de recursos y un alto impacto ambiental y siendo mi campo de interés profesional, la economía pensada desde lo que motiva las decisiones de los consumidores y las empresas, y la forma en la que se relacionan entre sí, para tener lo que necesitan y desean, en un mundo de recursos limitados, me han llamado la atención las acciones que se han visibilizado durante los últimos años, que hacen parte de planes que guarden coherencia entre las necesidades sociales permitiendo el crecimiento económico, y el cuidado de nuestro planeta, para un progreso sostenido y que genere valor para todos.

Esta investigación brindará información sobre el cambio en las prácticas de las empresas y los hábitos de los consumidores en los últimos años, que han permitido un crecimiento en las diferentes esferas del desarrollo sostenible y permanente que brinde mejores oportunidades para cada vez mas personas e industrias, sin agotar los recursos y cuidando el medio ambiente, enfocándose en el décimo segundo objetivo de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las naciones unidas “producción y consumo responsables”.

Pregunta de investigación

¿Cómo el conocimiento y la apropiación del décimo segundo objetivo de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas “producción y consumo responsables” por parte de la industria en Medellín ha generado un impacto positivo en los ciudadanos?

Objetivos

General

Identificar impactos positivos en el comportamiento los habitantes de la ciudad de Medellín, de cuenta del conocimiento y la apropiación por parte de la industria del décimo segundo objetivo de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas, producción y consumo responsables.

Específicos

1. Definir qué se entiende por producción y consumo responsables, el décimo segundo objetivo de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas.
2. Reconocer acciones que evidencien la apropiación de la producción y el consumo responsables por parte de algunos actores de la industria en la ciudad de Medellín.
3. Analizar algunos impactos positivos en el comportamiento de los habitantes de la ciudad que han sido generados por las acciones emprendidas por algunos actores de la industria.

Marco Teórico

1. Producción y Consumo Responsables

1.1. ¿Qué es el desarrollo sostenible?

Para el tema en estudio, el desarrollo se entiende como el cambio o la evolución de algo (RAE, 2019), y la sostenibilidad como constante equilibrio (RAE, 2019), en este caso particular es llevar la economía hacia mejores niveles para todos de forma constante en el tiempo, sin agotar los recursos y cuidando el medio ambiente.

La idea de desarrollo sostenible surge como una respuesta al desarrollo económico y su relación inversamente proporcional con el entorno y el medio ambiente, es así, como en el “Informe Brundtland” conocido como “Nuestro Futuro Común” se contrastaba el desarrollo económico actual con la sostenibilidad ambiental, alertando sobre las consecuencias medioambientales negativas del desarrollo económico para replantear políticas de desarrollo que dieran solución a los problemas que traía la industrialización y el crecimiento poblacional¹.

(accionaria, s.f), (Segura, s.f)

El desarrollo sostenible tiene tres pilares: el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y el progreso social, estos tres pilares deben evolucionar de forma equilibrada permitiendo que se avance en las capacidades necesarias para el presente y que estas respondan al futuro y sus propias tendencias, lo que le permite ser base para el progreso en el corto y en el largo plazo. (ONU, s.f)

¹ “Informe Brundtland” conocido como “Nuestro Futuro Común” publicado por las Naciones Unidas, específicamente, por la Comisión Mundial del Medio Ambiente.

1.2. ¿Cómo surgen los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas?

Desde finales del milenio se hicieron más visibles los impactos de nuestro modo de vida en el medio ambiente y en la equidad social, lo que hizo necesario que las acciones ante cualquier situación buscaran siempre equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social a nivel mundial.

Esta situación fundamentó el surgimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), ocho metas establecidas en septiembre del año 2000 con plazo hasta el año 2015. Estos objetivos integrados a los principios de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo en 1992 dieron origen a la definición universal de los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030, que buscan ampliar los éxitos alcanzados con los ODM y lograr aquellas metas que no fueron conseguidas. (ONU, 2019)

1.2.1. Objetivos del Milenio de acuerdo con la ONU

(ONU, 2000)

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre
2. Lograr la enseñanza primaria universal
3. Promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer
4. Reducir la mortalidad infantil
5. Mejorar la salud materna
6. Combatir VIH/SIDA, paludismo y otras enfermedades
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

1.2.2. Principios de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

Para la declaración de Río las personas son el foco para el desarrollo sostenible, haciendo parte de este proceso la protección del medio ambiente y su impacto en las generaciones futuras, donde todos los Estados y personas deberán trabajar juntos por reducir la inequidad. En las acciones que se emprendan es importante apoyar la creatividad de los jóvenes y permitir el acceso a información para sensibilizar e incentivar la participación de todos. En estos temas es fundamental dar lugar a las mujeres al igual que a las poblaciones indígenas y sus comunidades que aportan desde miradas diferentes. Muchos son los temas que deben ocupar la agenda y para estos tendrán prioridad los países más vulnerables y en desarrollo.

Se debe garantizar la paz, la globalización, y que las actividades de cada Estado no causen daños al medio ambiente de los demás Estados y en caso de hacerlo, notificarlo y ser parte de la solución, para lo cual se recibiría ayuda de la comunidad internacional. Es primordial conservar, proteger y restablecer el medioambiente con ayuda de la tecnología y todos los recursos disponibles, reduciendo las modalidades de producción y consumo insostenibles y fortalecer las capacidades científicas y económicas. Debe haber un buen sistema económico internacional abierto con medidas unilaterales. La legislación nacional debe incluir políticas de cuidado, precaución e indemnización por daños ambientales dentro de su jurisdicción y no habrá razón para postergar las medidas, quien contamina debe asumir su responsabilidad. (ONU, 1992)

1.3. Objetivos de desarrollo sostenible propuestos por las Naciones Unidas para el año 2030

Los ODS son una voz para cuidar nuestro planeta, ante este llamado los países son responsables de afrontar los desafíos para garantizar las mismas oportunidades a todas las personas y asegurar el cuidado sostenible de la tierra, equilibrando así los aspectos medio ambientales, económicos y sociales a nivel mundial.

La agenda 2030 de las Naciones Unidas fue aprobada por más de 150 jefes de Estado y de Gobierno en la Cumbre del Desarrollo Sostenible en 2015, allí fueron revisados 17 objetivos universales, en los que el compromiso se hizo efectivo en acciones a partir del 2016. Allí se hacen válidos y necesarios los esfuerzos de todos los países sin distinción, ya que, aunque no son jurídicamente obligatorios, se espera que los gobiernos los adopten. Cada uno es libre de escoger la manera de implementarlos para incorporar acciones que evidencien el compromiso con propósitos visibles en sus planes de desarrollo y sus respectivas políticas que lleven al cumplimiento de las metas establecidas.

Estos planes deben guardar coherencia entre las necesidades sociales e individuales y permitir el crecimiento económico para favorecer la sostenibilidad en el futuro. Entre los temas que debe tener cada plan individual deben abordarse temas en pro de la educación, la salud, la protección social y el empleo, a la vez que luchen contra el cambio climático y promuevan la protección del medio ambiente. Estos objetivos se complementan entre sí, las acciones para lograrlos deben estar interconectadas para alcanzar un cambio definitivo. (Naciones Unidas Guatemala, 2018)



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO



Ilustración 1: Objetivos de desarrollo sostenible. Organización de las Naciones Unidas ONU. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2017/07/se-debe-acelerar-la-implementacion-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

1.4. Décimo Segundo Objetivo - Producción y Consumo Responsables

La forma en la que vivimos y consumimos hoy va en contravía de un desarrollo sostenible, ya que cada vez demanda más cantidades de recursos, lo que representa un fuerte impacto ambiental. Para mantener este estilo de vida, en 2035 se necesitarán aproximadamente los recursos de dos planetas y en 2050, donde se prevé que la población mundial podría llegar a 9600 millones de personas, se necesitaría el equivalente a tres planetas. Otro elemento relevante que se debe tener en cuenta es que este alto nivel de consumo sucede aún con la insuficiencia de recursos de gran parte de la población mundial para cubrir incluso sus necesidades básicas. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020). En los próximos años, se espera que la tendencia actual de crecimiento de la clase media se mantenga, lo que es bueno para el desarrollo individual y de las familias, pero en caso de no cambiar los estilos de vida y sus hábitos de consumo, aumentarán

la demanda de recursos naturales, ya limitados (ONU, 2017). Para que estos recursos lleguen equitativamente a todos en todo el mundo deben adaptarse modelos de producción y de consumo que equilibren el crecimiento económico sostenido con la reducción significativa de la huella ecológica, haciendo más y mejores cosas con menos recursos y rebajando costos económicos, ambientales y sociales. De esta manera, habría un incremento en la economía por las ganancias de la reducción de la utilización de ciertos recursos, lo que impactaría también en la degradación y la contaminación, logrando una mejor calidad de vida para todos. (UNESCO, 2018)

Para lograr una transformación efectiva se deben implementar acciones que impacten todos los niveles de producción de la cadena de suministro, con la cooperación desde el productor hasta el consumidor final. Es así como, el consumidor debe adaptar un estilo de vida que esté en armonía con el medio ambiente, tomando decisiones conscientes e informadas al consumir, de la misma manera, se espera que la tendencia de consumir productos locales permanezca y haga parte de los hábitos de compra, igualmente el consumo responsable de materiales biodegradables como el plástico, que es uno de los mayores contaminantes del océano. Desde las más pequeñas acciones individuales y colectivas contribuyen significativamente, como llevar una bolsa reutilizable al mercado, no usar pitillos plásticos y reciclar las botellas y otros elementos de plástico, especialmente los de un solo uso. (ONU, 2017).

Al igual que las personas, las empresas tienen la responsabilidad de modificar sus prácticas para encontrar nuevas formas de hacer las cosas, identificando en sus procesos los puntos críticos donde las acciones que se ejecuten para tal fin representen mayor potencial para que sus métodos aporten al cuidado del medio ambiente. (UNESCO, 2018). Las personas encargadas del manejo de los procesos en las empresas deben comprender los efectos ambientales, sociales y culturales de los servicios y productos que ofrecen para incentivar la compra sostenible, motivando a los

consumidores mediante la educación e información sobre los modos de vida sostenibles, a través de distintas medidas, por ejemplo, en el empaque y la publicidad. (ONU, 2017). Estas medidas hoy cobran mucha importancia e incluso motivan a las empresas a ser parte de diferentes indicadores que muestran sus avances en el aporte al cuidado del medio ambiente, se puede ver como el 93% de las 250 empresas más grandes del mundo presentan informes en materia de sostenibilidad (ONU, 2017).

Con los cambios de estilo de vida, de los que hacen parte, la producción y el consumo responsables se busca dar solución a los problemas que se enfrentan en la actualidad de manejo, uso y distribución de los recursos. Uno de los principales recursos indispensables para el desarrollo, es el agua, que no se salva de los niveles de consumo que cada vez crecen más rápido de lo que la naturaleza demora en reponer en los ríos y lagos (ONU, 2020). El agua la encontramos sin costo en la naturaleza, pero la infraestructura para cuidarla y hacerla útil es costosa. Algunas cifras nos muestran que, en el mundo, menos del 3% es potable y el 2,5% está congelada, por lo que se cuenta con solo el 0,5% para todas las necesidades. Aún hoy más de 1000 millones de personas no tienen acceso a agua potable, y este objetivo además de buscar el cuidado ambiental, espera promover que este recurso llegue de forma eficaz para que todos tengan acceso a estos recursos que les darían garantía de una vida más digna asegurándoles la disponibilidad de los servicios básicos, ayudando a cumplir una de las metas del sexto objetivo: Agua limpia y saneamiento (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

La agricultura y los procesos de producción asociados a esta son el principal sector consumidor de agua, y causan los principales impactos ambientales, siendo responsables de cerca del 22% de las emisiones de gases de efecto invernadero, el 30% del consumo total de energía y el riego representa casi el 70% de toda el agua potable (Programa de las Naciones Unidas para el

Desarrollo, 2020). Este sector genera problemas como la degradación de la tierra, la conversión de bosques en tierras de cultivo, la disminución del suelo fértil, la sobrepesca y la degradación del medio marino. Se tiene evidencia que cerca de un tercio de la producción de alimentos, termina pudriéndose en los contenedores o se estropea en el camino hacia sus consumidores finales, mientras muere gente por falta de alimento, 2 mil millones de personas tienen sobrepeso u obesidad en el mundo, lo que a demás agrava la situación de salud pública. (ONU, 2017). Como segundo contaminante del agua se encuentra la industria textil ya que es necesaria en el proceso de producción, y es la industria de la moda un gran incentivante del consumo que no refleja gran interés en ser parte de la solución.

Este objetivo tiene una estrecha relación con otros objetivos de la agenda. Por ejemplo, el uso racional de la energía encuentra solución en gran parte en las energías alternativas y sostenibles. Los sectores que mas han crecido en consumo de energía son: el transporte, el consumo en hogares con el 29% del uso total mundial y el comercial, mientras las energías renovables en 2015 alcanzaron el 17,5% (ONU, 2017). A pesar de los avances y la transformación tecnológica que promueven la eficiencia energética, el uso de energía en los países de la OCDE seguirá creciendo otro 35% para finales del 2020. Como posible alternativa para contrarrestar estos efectos, si todos utilizarán bombillas de bajo consumo, se ahorrarían anualmente 120.000 millones de dólares (ONU, 2020). Como agravante, se espera un aumento del 32% en la propiedad de vehículos y que el transporte aéreo se triplique en los próximos años, aumentando el porcentaje de liberación de gases contaminantes e incrementando la cantidad de desechos en los depósitos de chatarra. (ONU, 2017)

1.4.1. Metas del Décimo Segundo Objetivo

Dentro de los Objetivos de desarrollo sostenible que plantea las Naciones Unidas (ONU, 2015), particularmente en su objetivo #12, hay un planteamiento de 8 metas que proponen lo siguiente:

- 12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo.
- 12.2 Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
- 12.3 Reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.
- 12.4 Lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.
- 12.5 Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
- 12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.
- 12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.

- 12.8 Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.
- 12.a Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.
- 12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
- 12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas.

1.5. ¿Qué es la Huella Ecológica?

La comprensión de este concepto es de suma importancia para tratar el tema en cuestión ya que la huella ecológica es la consecuencia ambiental de todo proceso de producción. Con el fin de medir el progreso o retraso en estos temas se usa esta medición, que calcula la superficie usada para la producción de los recursos consumidos y la necesaria para absorber los residuos resultantes de estos procesos. Se puede medir de manera individual, en comunidad u organización para estimar el impacto que genera un determinado modo de vida y su nivel de sostenibilidad, identificando las acciones cotidianas que se pueden corregir.

Es inquietante que la huella global excede en casi un 30% la capacidad de regeneración del Planeta debido a la deforestación, el uso excesivo e innecesario de agua, la pérdida de biodiversidad y el latente y comprobado cambio climático que ponen riesgo el bienestar de todos y el desarrollo de las naciones. (Universidad Cooperativa de Colombia, 2018)

Algunos de los índices más altos están relacionados con la quema de combustibles fósiles, la pesca, la ganadería, la energía nuclear controlada, la producción, el procesamiento y el transporte de alimentos, el área construida para viviendas, los espacios con fines comerciales, la tierra forestal para la producción de la madera para la construcción, la manufacturación, la eliminación de residuos y la obtención de productos como el papel. (Uriarte, 2019)

Para tal fin, se evalúan diferentes sectores durante un año y los índices de productividad de superficies como cultivos, bosques, mar o superficies artificiales. La medición es compleja y los métodos aun se encuentran en desarrollo. Los resultados más precisos son a nivel nacional por su gran cantidad de datos sobre el movimiento de la industria y el comercio. Evaluando cada comportamiento se llega a una medida de la huella ecológica individual que determina la afinidad con el promedio de consumo.

En Colombia hay altos índices de la huella ambiental causados en su mayoría por la deforestación, la contaminación de ríos y la pérdida de biodiversidad. Los métodos en el país fueron hechos con centro en aspectos como el transporte, la alimentación, la vivienda y el consumo. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2020)

2. Industrias en Medellín

2.1. Consumo en Medellín

Según la Asociación de Centros Comerciales de Colombia, Medellín se destaca en el área construida de establecimientos comerciales, con un promedio regional superior al latinoamericano. Esto va de la mano con el crecimiento de la clase media, lo que atrae inversión extranjera, alta oferta comercial y dispone a nuevas estrategias de mercadeo que motivan al consumo.

Lo anterior tiene una relación directa con un consumo elevado, característico de la sociedad moderna y posmoderna, estas condiciones van en contravía a la compra ambientalmente consciente y amigable, especialmente en Medellín, donde las personas ven los centros comerciales como un lugar que ofrece emociones y donde además de comprar, se juntan el ocio, el entretenimiento y la vida social, asociándose a múltiples actividades como el encuentro con amigos, hacer deporte, ir a misa, ir a salones de belleza y los gimnasios, que llevan a buscar sentirse satisfecho, lo que rara vez sucede puesto que siempre hay un nuevo producto por comprar, generando un efecto psicológico, ya que el inconsciente de algunos habitantes de la ciudad por lo general los lleva a consumir más de lo que necesitan. Sin darse cuenta las personas se crean nuevas necesidades, lo que lleva a altos índices de consumo. (Meneses, 2014)

Los miedos contemporáneos son otra de las principales causas de buscar estos espacios que además ofrecen seguridad, un factor importante para los habitantes de Medellín por la historia de violencia. Otros miedos que llevan a frecuentar estos lugares son miedo a los cambios climáticos y la contaminación al exponerse a espacios abiertos, lo que crea un ciclo de producción, consumo y emisión de residuos insostenible. (Meneses, 2014)

Cómo hacer que los individuos tomen mejores decisiones de compra con impacto en el desarrollo, no es responsabilidad exclusiva de los gobernantes. Hoy en día los medios de

comunicación están por todas partes y la información que recibe el consumidor lo puede llevar a ciertos comportamientos y decisiones inconscientes de acuerdo con lo necesario y apropiado. En este sentido, en ocasiones el Estado, las diferentes asociaciones y compañías velan por sus propios intereses y se alejan del concepto de que los bienes y servicios por los que trabajan deben buscar el beneficio común, el interés general y hacerlo accesible para todos. Por esto es deber de cada individuo informarse de la situación para poder contribuir a un cambio eficaz. (Meneses, 2014)

2.2. Empezar por crear capacidades

Por mucho tiempo se ha creído y ha sido guía de múltiples estudios la teoría de que el desarrollo de un país depende de manera directa y prioritaria del crecimiento de su producción y aunque esto es un elemento que suma, lo que lo mueve hacia la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo no es esto, ya que hacerlo sin una esencia que lo haga cotidiano y permanente no le da bases para que sea duradero.

De esta forma se profundiza en el desarrollo con una nueva mirada, encontrando que esta esencia haría mas relevante y estable el desarrollo, si las acciones encuentran sentido para quien las hace, fundamentando el logro de los resultados en saber y querer dar razón a esas acciones. Profundizar en las capacidades y los conocimientos de las personas lleva el desarrollo por un camino de rendimiento económico y progreso social para los países, ciudades y regiones. Por esto, para generar un cambio verdadero y eficiente a la situación actual se debe comenzar por la conciencia y el trabajo individual. (Nussbaum, marzo 2012)

2.3. Plan de desarrollo de Medellín 2016 - 2019

El desarrollo de las capacidades es un aspecto sumamente importante, sin embargo, este es un objetivo para el beneficio de todos y si bien es fundamental el esfuerzo individual, se debe igualmente trabajar, como antes se ha mencionado, desde todos los sectores. Es relevante conocer

los esfuerzos que se llevan a cabo en la ciudad desde el sector público. Entre los diferentes cambios que han ocurrido durante los últimos años en pro de los resultados para los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU para el año 2030, está el proyecto "Medellín Cuenta con vos". El plan de desarrollo de la alcaldía para los años 2016 a 2019, fue un producto hacia el desarrollo sostenible e integral de construcción colectiva entre los ciudadanos y el sector público que trata de un proceso de transformación multidimensional e incluyente para lograr el bienestar de la población en armonía y equilibrio con lo ambiental, lo sociocultural, lo económico y lo político, teniendo en cuenta la situación global. Su interés fue motivar a la ciudadanía a ser corresponsable del desarrollo, apropiándose de su papel como ciudadanos y entendiendo que todas las acciones cotidianas generan impacto. (Gutiérrez, 2016)

Este proyecto buscaba mejorar la seguridad, incrementar la equidad social, con programas de atención e inclusión para que las poblaciones vulnerables alcanzaran un mejor nivel de vida, brindar educación de calidad para apostarle a la competitividad para el desarrollo económico y trabajar por la movilidad sostenible, reconociendo la importancia del sistema de transporte público para disminuir brechas sociales y para mejorar la calidad del medio ambiente, incentivando el uso de medios de transporte alternativos, mejorando la infraestructura y las condiciones de prestación del servicio de transporte masivo. Medellín es un referente mundial por su constante transformación social y urbana, por esto se pretendía lograr un cambio social con obras que satisficieran múltiples necesidades y mejoraran la calidad de vida de los habitantes de la zona, especialmente en el centro de la ciudad. Todos los esfuerzos ayudarían además a la problemática mundial del calentamiento global, la escasez del agua y otros asuntos, educando a la ciudadanía acerca del cuidado de los recursos. (Gutiérrez, 2016)

Medellín se conecta con el marco de los objetivos de desarrollo sostenible teniendo en cuenta la agenda 2030 para desarrollo sostenible para hacer de Medellín una ciudad segura, equitativa y sostenible; que mejora las condiciones de vida y genera más y mejores oportunidades para la población urbana y rural. (Gutiérrez, 2016)

2.4. Cambios desde las Industrias

Durante los últimos años, y con más impacto desde 2015, se han llevado a cabo medidas para mejorar las diferentes esferas del desarrollo, desde lo económico, lo social y lo ambiental en todo el mundo. Medellín ha adoptado también controles y acciones con este mismo propósito y las industrias han tenido un rol importante en incentivar la compra sostenible y preservar de forma eficiente los recursos para cumplir con las metas trazadas para el 2030. La mayoría de las grandes empresas en la ciudad se han unido a este propósito desde sus posibilidades y procesos, como lo podemos ver en sus páginas web oficiales. Para la investigación en cuestión se mencionarán las acciones implementadas por dos grandes actores de la industria en la ciudad, el Grupo Éxito y el Grupo Nutresa.

2.5. Acciones en pro de la producción y el consumo responsables por parte de Grupo Éxito

Grupo Éxito, es un grupo líder en retail en Colombia y otros países de Latinoamérica, con presencia en Medellín con las marcas Éxito, Carulla, Surtimax y los centros comerciales Viva. (Grupo Éxito, 2020). Grupo Éxito está comprometido con la sostenibilidad y según sus informes actúa en coherencia con los principios del Pacto Global y los estándares mundiales de sostenibilidad. Las acciones en pro del cuidado y la responsabilidad ambiental se llevan cabo a través de iniciativas para contribuir con el crecimiento económico, el desarrollo social y la protección ambiental mediante cinco retos: erradicar la desnutrición crónica, promover el

comercio sostenible, reducir el impacto en ambiental, incentivar modos de vida sana, y trabajar por el bienestar laboral. (Grupo Éxito, 2020)

Grupo Éxito promueve acciones para contribuir a la solución de problemáticas como el deterioro de la calidad del aire, la movilidad y la deforestación. Se une con estrategias como envíos gratis para los pedidos realizados a través de la página web oficial o de la línea telefónica de Domicilios Éxito y del pago de la carrera mínima de un taxi por compras superiores a 100 mil pesos. Lidera diferentes proyectos para compensar el impacto de su operación con el objetivo de que los clientes, los empleados y los proveedores se unan a una conciencia ambiental. (Grupo Éxito, 2018) Hace parte del “Pacto por la Calidad del Aire” promovido por la Alcaldía de Medellín. Otras iniciativas que se resaltan en la compañía son:

- Movámonos, un programa de movilidad sostenible que invita a los empleados a compartir sus vehículos con los compañeros que viven cerca.
- Cuenta con 4 cuatro ecoestaciones de EPM de carga lenta para que los vehículos eléctricos recarguen sus baterías.
- Permite el teletrabajo para los empleados de la sede administrativa de Envigado.
- BanCO2: Ofrece pagos a familias que cuidan ecosistemas en diferentes regiones del país, protegiendo más de 1.300 hectáreas.

(Grupo Éxito, 2020)

Es relevante tener en cuenta el impuesto ambiental que llevó al cobro de las bolsas plásticas que busca desincentivar el uso de estas, para que sean reemplazadas por bolsas reutilizables. Si por cada bolsa reutilizable se dejan de usar entre 2 y 5 bolsas plásticas, y se toma el ejemplo de que un cliente promedio visita el Éxito en unas 6 oportunidades aproximadamente al año, se puede decir que, durante el año, se dejan de usar millones de bolsas plásticas entre todos los clientes. Las

bolsas reutilizables que son elaboradas en materiales biodegradables tienen una vida útil mayor a 5 años y posteriormente un proceso de biodegradación corto, mientras que las bolsas plásticas no solo tienen una vida útil limitada, sino que además pueden tardar más de 400 años en descomponerse. Al comenzar la campaña, los incentivos para promover esta iniciativa fueron puntos Colombia adicionales en las compras. Con mensajes como "Cambia las bolsas plásticas por reutilizables", "¡Llévate la satisfacción de ayudar al planeta!" y "¡Si la llevas al picnic, a la playa, a la piscina y a tus paseos, llévala también a mercar!", Se adelantan campañas con las que se motiva el uso continuo de las bolsas reutilizables, hasta generar conciencia y que se convierta en un hábito.

2.6. Acciones en pro de la producción y el consumo responsables por parte de Grupo

Nutresa

Grupo Nutresa es un grupo empresarial líder en alimentos procesados que opera a través de ocho unidades de negocio: cárnicos, galletas, chocolates, café, pasta, helados, Tresmontes Lucchetti y alimentos al consumidor. (Grupo Nutresa, 2020) En 2019, fue reconocida como; la empresa de alimentos más sostenible en el Índice Mundial de Sostenibilidad de Dow Jones y ha recibido por seis años consecutivos la Categoría Plata en el Anuario de Sostenibilidad. (Grupo Nutresa, 2020)

Grupo Nutresa ha adoptado los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y priorizado la forma de poder contribuir al logro de estos por medio de algunos objetivos como fomentar una vida saludable, promoviendo la nutrición y el mercado responsable, gestionar el desarrollo humano, la calidad de vida, el abastecimiento y ventas responsables y reducir el impacto ambiental de las operaciones y productos por medio de la administración del recurso hídrico, la calidad del aire, la energía, los empaques, el pos-consumo y la gestión de residuos. (Grupo Nutresa, 2018)

Los objetivos en los que se centran los proyectos de la empresa son los siguientes:

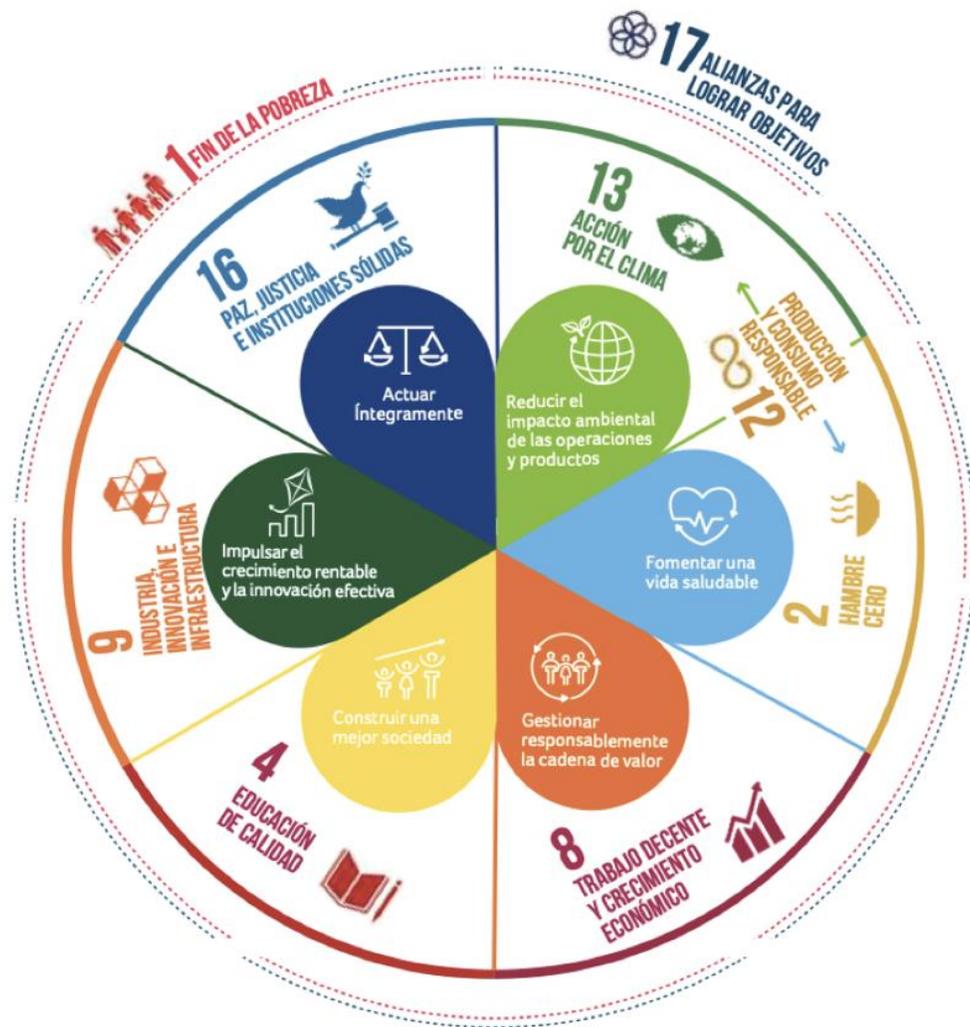


Ilustración 2: Contribución a los objetivos de desarrollo. Grupo Nutresa. Recuperado de: <https://s3.amazonaws.com/grupo-nutresa/wp-content/uploads/2019/04/02172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf>

Como se mencionaba anteriormente, las acciones llevadas a cabo para el cumplimiento de los objetivos y sus metas se entrelazan unas con otras, impactando con un solo acto diferentes sectores, índices y propósitos a la vez. Grupo Nutresa identifica en su distribución de los objetivos, un lazo entre las acciones que trabajan por el objetivo de producción y consumo responsables con los objetivos de hambre cero y acción por el clima.

Las metas para mejorar los índices de producción y consumo responsables se centran en reducir el consumo de agua, de energía y de material de empaque, invertir en la gestión ambiental, usar material de empaque con ciclo cerrado y reducir el consumo de dicho material. (Grupo Nutresa, 2018) (Grupo Nutresa, 2018)

MODELO DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Este modelo está alineado con los tópicos materiales de la Organización.

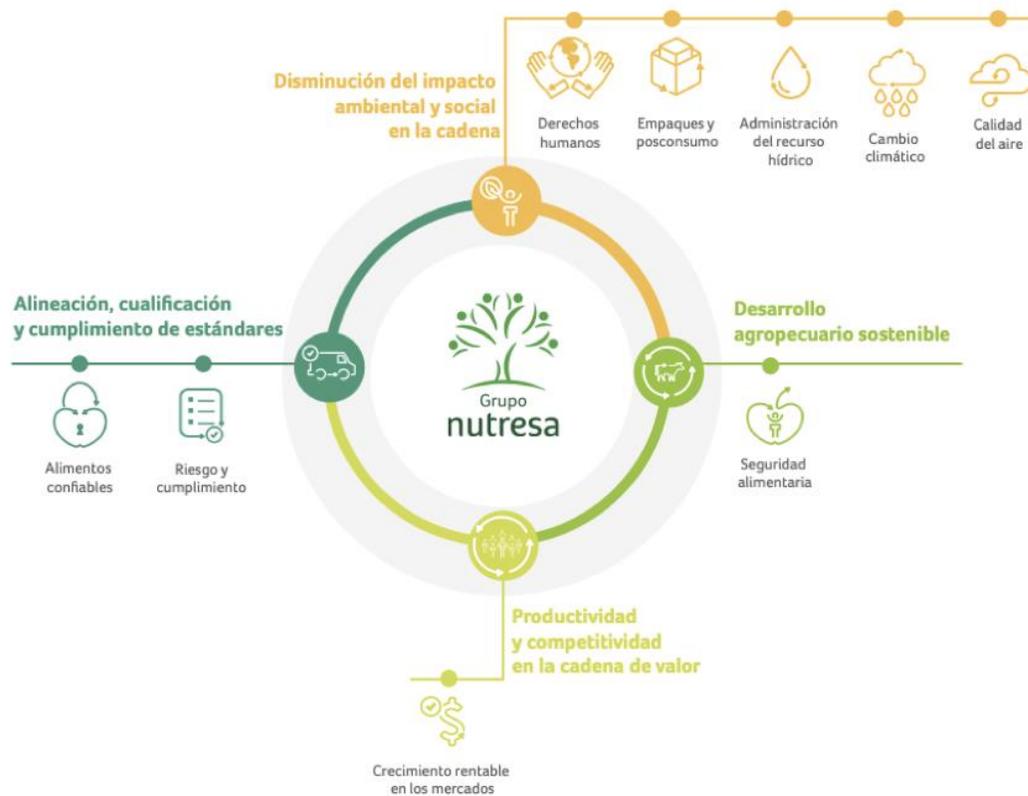


Ilustración 3: Modelo de abastecimiento responsable. Grupo Nutresa. Recuperado de: <https://s3.amazonaws.com/grupo-nutresa/wp-content/uploads/2019/04/02172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf>

Energía: En relación con este recurso, Grupo Nutresa busca reducir y optimizar el uso eficiente de la energía de fuentes no renovables y de la energía eléctrica requerida para las operaciones industriales, comerciales, logísticas y administrativas e incrementar el uso de energías renovables. (Grupo Nutresa, 2018)

Agua: Para el cuidado de este recurso, Grupo Nutresa busca disminuir los riesgos como la escasez y el deterioro de su calidad. Entre sus principales objetivos se encuentran la optimización y reducción del consumo de agua, realizar inversiones efectivas para reducir el impacto sobre el recurso a través del manejo adecuado de los vertimientos, la gestión en la cadena de valor por medio de actividades para la protección de las cuencas de los ríos y el estudio de los riesgos de las operaciones. (Grupo Nutresa, 2018)

Empaques y posconsumo: Para reducir el impacto que generan, Grupo Nutresa ofrece productos cada vez más sostenibles por su ecodiseño y presenta proyectos de cierre de ciclo en los materiales que permitan reducirlos, reusarlos y reciclarlos. Los materiales utilizados para los empaques son reciclados el 83% del cartón de los empaques y el 40% del vidrio de los envases. La compañía busca inicialmente reducir en la medida de lo posible el consumo de materiales para la fabricación de empaques y opta por materiales que tengan insumos reciclados o biodegradables, como las cajas corrugadas en las que se utiliza fibra celulosa reciclada, los papeles y cartulinas de fibras de caña de azúcar y las materias primas que provienen de bosques con certificados de prácticas sostenibles. (Grupo Nutresa, 2018)

Reducción de material de empaque en toneladas [ODS 12.2]

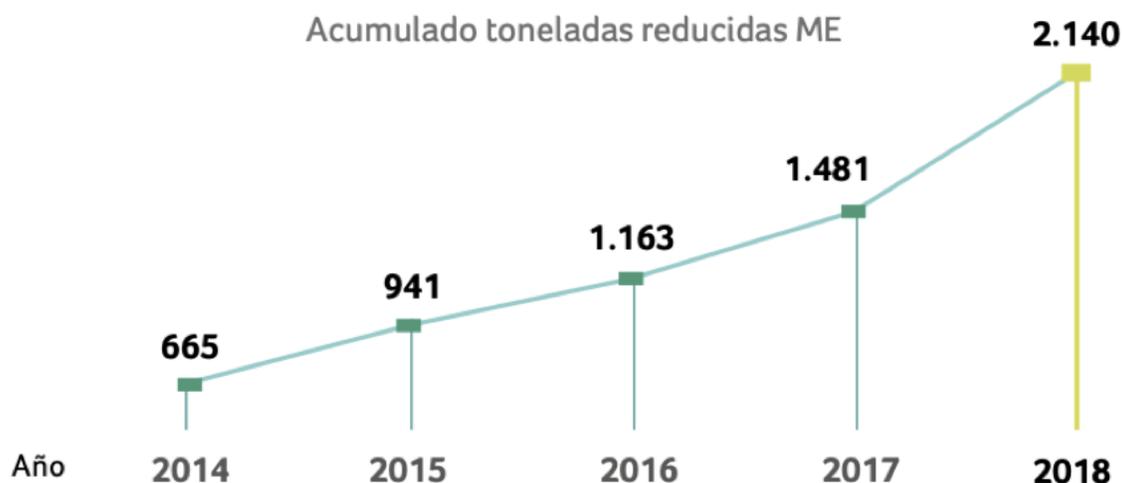


Ilustración 4: Reducción de material de empaque. Grupo nutresa. Recuperado de: <https://s3.amazonaws.com/grupo-nutresa/wp-content/uploads/2019/04/02172007/informe-integrado-grupo-nutresa-2018.pdf>

Reducción de emisiones: La alternativa para los colaboradores que les permite hacer teletrabajo aporta a la reducción de las emisiones de CO₂. Otros cambios que han implementado han sido las tecnologías para el uso de combustibles más limpios, los nuevos sistemas de control de contaminación, el mejoramiento de la recirculación de aire caliente, los ajustes en la operación de la planta de café, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero con vehículos sostenibles y la sustitución de equipos de refrigeración. Gracias a esto, en 2018, Tosh fue la primera marca de alimentos colombiana con huella de carbono neutro. Para contribuir con la reducción de emisiones los principales objetivos son reducir la generación y aumentar el aprovechamiento de la fuentes, disminuyendo costos de operación y el impacto ambiental, aprovechar los residuos con tecnologías para convertir el empaque primario en combustibles alternos, ahorrar materiales de empaque como el cartón, recuperando y administrando las cajas de los productos y hacer seguimiento a los impactos ambientales causados por el tiempo de

biodegradación de los materiales, mejorando la calidad del aire y reduciendo el cambio climático al identificar las principales fuentes de generación de residuos. (Grupo Nutresa, 2018)

3. Metodología de la Investigación

Con el propósito de analizar algunos impactos positivos que se han generado en los habitantes de la ciudad, motivados por las acciones de los actores de las industrias en mención, se observaron algunos comportamientos para recopilar datos no numéricos, lo que es conocido como investigación cualitativa.

3.1. Los métodos de recopilación de datos

Para observar los comportamientos, los instrumentos que se usaron para recopilar los datos en esta investigación fueron una entrevista estructurada y una encuesta, no dándole relevancia solo a los resultados individuales sino a la conexión de toda la información obtenida, interpretando un comportamiento general. Cabe destacar que en la entrevista estructurada se obtuvieron datos descriptos, que fueron presentados con las mismas palabras de las personas, y en la encuesta se induce a unas respuestas que se construyeron con supuestos contruidos durante el estudio del caso.

3.2. Población y procedimientos llevados a cabo

La entrevista está dirigida a un representante del área de sostenibilidad de Grupo Éxito y otro de Grupo Nutresa, por ser estas las áreas encargadas en las compañías de velar por la responsabilidad corporativa en cuanto a la sostenibilidad y de definir las acciones en pro de la producción y el consumo con conciencia, para sumar a la competitividad de sus empresas y a la experiencia positiva de sus clientes, disminuyendo los impactos negativos al medio ambiente.

En la segunda parte de la recopilación de datos, por medio de un cuestionario de Google forms, se realizó una encuesta a 210 personas entre los 30 y los 60 años, porque en este rango de edad se encuentra el mayor porcentaje de personas que cumplen con los siguientes criterios:

- Responder por sí mismos económicamente.

- Tener un hogar.
- Tomar decisiones de compra.
- Modificar hábitos.

Luego de este primer filtro, se tomaron las personas que además de estar entre los 30 y los 60 años, pertenecían a los estratos 4, 5 y 6 por ser ellos quienes, en mayor porcentaje, modifican hábitos por satisfactorios diferentes a las necesidades básicas.

Las preguntas de las entrevistas dirigidas a los empleados de Grupo Éxito y Grupo Nutresa fueron las siguientes:

1. ¿Qué ha motivado a (Grupo Éxito o Grupo Nutresa) a realizar acciones y cambios en su practicas para trabajar por el objetivo de “producción y consumo responsables”? y ¿Cómo lo trabajan?
2. ¿Qué impactos esperan que estas acciones generen en los hábitos de los ciudadanos?
3. ¿Qué impactos esperan que estas acciones generen en la ciudad de Medellín?
4. ¿Cómo validan que se estén dando los resultados esperados y qué resultados han obtenido?

Las preguntas y opciones de respuesta del cuestionario de Google forms fueron las siguientes:

1. Cuando va al supermercado ¿qué acostumbra a hacer?
 - a. Llevar sus propias bolsas reutilizables.
 - b. Comprar en la caja bolsas plásticas tradicionales.
 - c. A veces olvida sus propias bolsas y compra en la caja bolsa plásticas tradicionales.
2. ¿Suele utilizar plataformas virtuales de servicios o compras a domicilio?

- a. Para evitar movilizarse hasta el lugar de la compra, generando menos contaminación.
 - b. Para evitar movilizarse hasta el lugar de la compra por comodidad.
 - c. Para tener tiempo para otras cosas.
 - d. No las utiliza.
3. ¿Ha revisado si el empaque es hecho con material reutilizable antes de comprar un producto?
- a. Si
 - b. No
4. ¿Qué lo motiva a comprar?
- a. La necesidad
 - b. Más que todo por antojo
 - c. Ambas
5. Cuando compra productos de alimentación ¿procura que sean productos saludables?
- a. Si
 - b. No
6. ¿Se ha ocupado en alguna ocasión de revisar las prácticas de producción de una empresa antes de comprar?
- a. Si
 - b. No
7. ¿La información de la pregunta anterior tiene o puede tener incidencia en su decisión de compra?
- a. Si
 - b. No

8. ¿Al consumir servicios públicos (agua y energía) acostumbra a alguna de las siguientes prácticas? (puede seleccionar varias opciones)
- a. Encender solamente las luces necesarias.
 - b. Apagar las luces que otros dejan encendidas.
 - c. Cambiar los bombillos tradicionales por bombillos ahorradores.
 - d. Ha hablado con otras personas sobre su preocupación por la forma como usan estos recursos.
 - e. Se baña en menos de cinco minutos porque tiene conciencia del uso del recurso.
 - f. Cierra la llave principal de su vivienda al salir por tiempos prolongados.
 - g. Procura no dejar cables enchufados a la luz cuando no está haciendo uso de ellos.
9. ¿Utiliza algunas de las siguientes prácticas de reciclaje? (puede seleccionar varias opciones)
- a. Utiliza un basurero para orgánicos y otro para reciclaje.
 - b. Hace parte de la iniciativa de botellitas de amor.
 - c. Tiene plantas o huerta y utiliza los orgánicos como abono.
 - d. Implementa prácticas diferentes a las mencionadas.
 - e. No utiliza.
10. ¿Durante los últimos cuatro años han cambiado algunos de sus comportamientos con relación al consumo responsable?
- a. Si
 - b. No

4. Análisis

4.1. Organización de la información

4.1.1. Encuestas

Esta parte del proceso de recolección de datos se realiza a partir de una encuesta de 210 personas de la ciudad de Medellín que cumplen con unos criterios definidos para la investigación. Las siguientes gráficas presentan datos estadísticos con el propósito de observar ciertos comportamientos del consumidor, para poder analizar algunos impactos positivos que se han generado en los habitantes de la ciudad de Medellín en pro del consumo responsable, motivados por las acciones de diferentes actores de la industria en los últimos 4 años.

Cuando va al supermercado ¿qué acostumbra hacer?

210 responses



La gráfica anterior da cuenta del comportamiento de las personas al momento de empacar sus compras en el supermercado. De la población encuestada, el 37.1% lleva sus propias bolsas reutilizables y si las olvida, compra en la caja bolsas reutilizables, el 41.4% en ocasiones olvida sus bolsas reutilizables y compra en la caja bolsas plásticas tradicionales y el 21.4% siempre adquiere las bolsas plásticas tradicionales.

¿Qué lo motiva a utilizar plataformas virtuales de servicios o compras a domicilio?

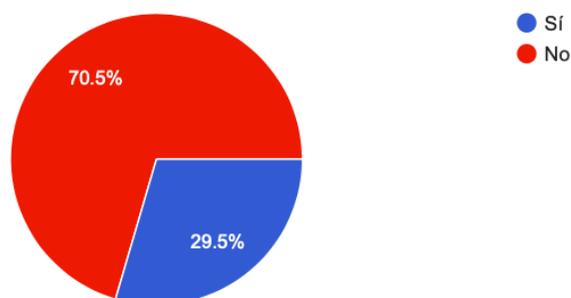
210 responses



La gráfica anterior muestra las razones que motivan a los ciudadanos a hacer uso de las plataformas de servicios o compras a domicilio. El 8.6% las utiliza para evitar movilizarse hasta el lugar de la compra, generando menos contaminación, el 41.1% las utiliza para evitar movilizarse hasta el lugar de la compra por comodidad, mientras el 15.2% para tener tiempo para hacer otras cosas. Por el contrario, el 34.8% aún no hace uso de ellas.

¿Ha revisado si el empaque es hecho con material reutilizable antes de comprar un producto?

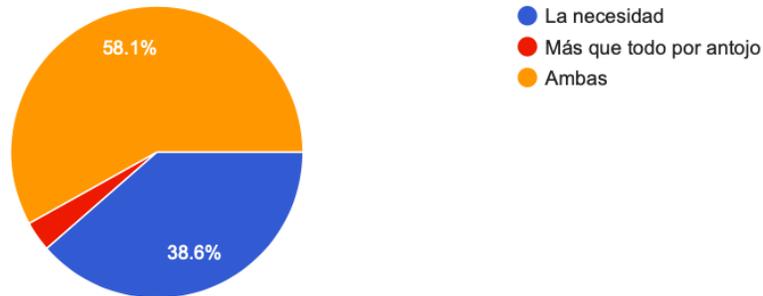
210 responses



Esta gráfica muestra el porcentaje de personas que alguna vez han revisado si el empaque de un producto es hecho con material reutilizable antes de comprarlo. El 29.5% afirma haberlo hecho, mientras el 70.5% de las personas no han revisado el material del empaque al comprar.

¿Qué lo motiva a comprar?

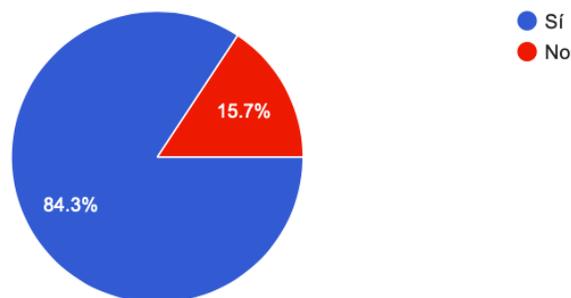
210 responses



La gráfica anterior representa la motivación de las personas para realizar una compra. El 3.3% de la población principalmente compra por antojo, mientras que el 38.6% afirma que compra mayormente cosas que necesita en verdad y el 58.1% dice comprar por ambos motivos.

Cuando compra productos de alimentación ¿procura que sean productos saludables?

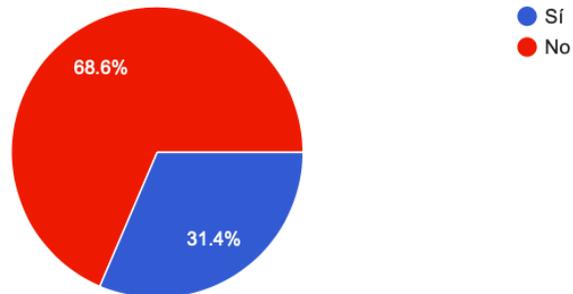
210 responses



La gráfica anterior representa el número de personas que al comprar productos de alimentación procuran que sean saludables. El 84.3% afirma que opta por productos saludables, mientras al 15.7% le es indiferente.

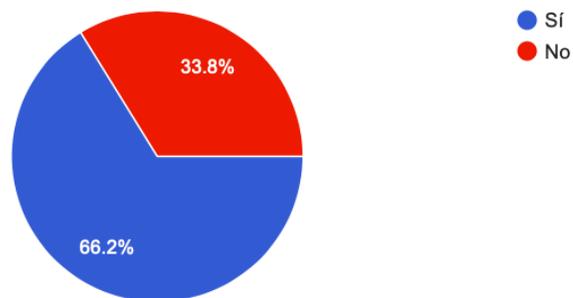
¿Se ha ocupado en alguna ocasión de revisar las prácticas de producción de una empresa antes de comprar?

210 responses



¿La información de la pregunta anterior tiene o puede tener incidencia en su decisión de compra?

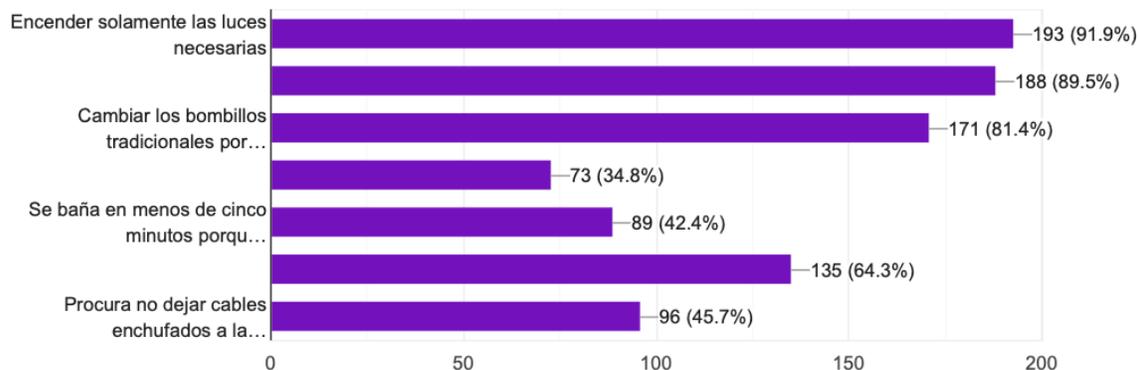
210 responses



Las dos gráficas anteriores tienen el propósito de mostrar si las personas encuestadas alguna vez se han ocupado de revisar las prácticas de producción de una empresa antes de comprar y si esta información tiene o puede tener incidencia en su decisión de compra. Es así, como se puede ver en la primera gráfica que el 68.6% dice nunca haber revisado tal información, mientras el 31.4% restante afirma haberlo hecho. La segunda gráfica indica que, de estas personas, el 66.2% dice que esta información incide o podría incidir en su elección de compra, mientras el 33.8% afirma que esta información no afectaría su decisión.

¿Al consumir servicios públicos (agua y energía) acostumbra a alguna de las siguientes prácticas? (puede seleccionar varias opciones)

210 respuestas

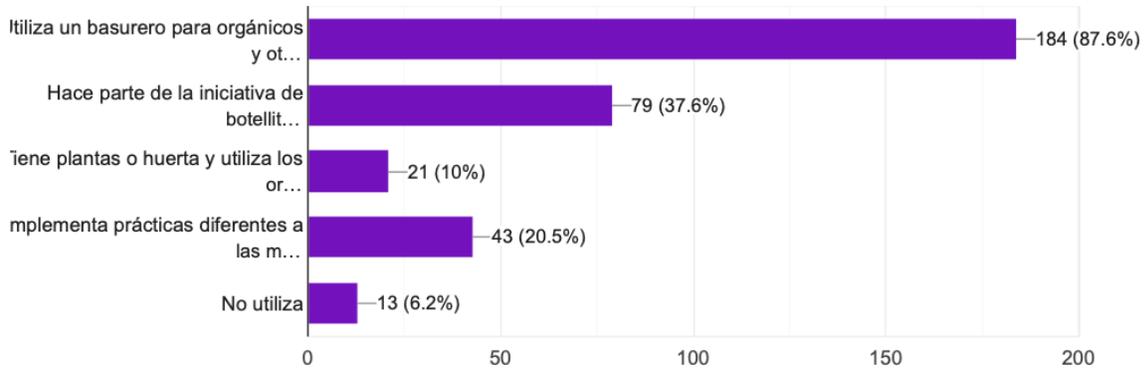


La gráfica presenta las costumbres de las personas con respecto al uso de los servicios públicos.

Se puede ver que el 91.9% de las personas afirman que encienden únicamente las luces necesarias, el 89.9% apaga las luces que otros dejan encendidas, el 81.4% ha cambiado los bombillos tradicionales por bombillos ahorradores en sus hogares, el 45.7% procura no dejar cables enchufados a la luz cuando no está haciendo uso de ellos, el 42.2% se baña en menos de cinco minutos porque tiene conciencia del uso del agua, el 64.3% cierra la llave principal de su vivienda al salir por tiempos prolongados y el 34.8% ha hablado con otras personas sobre su preocupación por la forma en cómo usan estos dos recursos.

¿Utiliza algunas de las siguientes prácticas de reciclaje? (puede seleccionar varias opciones)

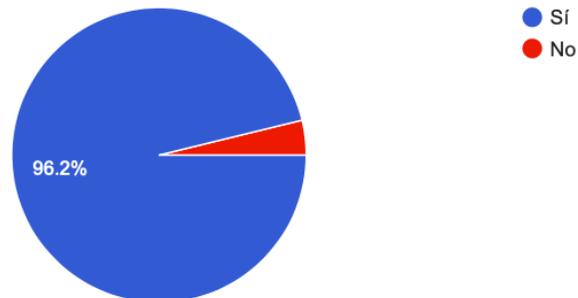
210 respuestas



La gráfica anterior muestra las diferentes prácticas de reciclaje que las personas utilizan en sus hogares. El 87.6% de la población encuestada utiliza un basurero para orgánicos y otro para reciclaje, el 37.6% hace parte de la iniciativa “Botellas de Amor” con residuos de empaques flexibles, el 10% tiene plantas o huerta y utiliza los orgánicos como abono, el 20.5% implementa prácticas diferentes a las mencionadas y el 6.2% no utiliza ningún tipo de práctica de reciclaje.

¿Considera que durante los últimos cuatro años han cambiado positivamente algunos de sus comportamientos con relación al consumo responsable?

210 responses



Esta última gráfica representa el número de personas que consideran que han cambiado positivamente su comportamiento con relación al consumo responsable durante los últimos 4 años. De estas personas el 96.2% afirma haber notado un cambio positivo en su comportamiento, mientras el 3.8% restante considera no haber modificado sus hábitos en relación con este tema durante los últimos años.

4.1.2. Entrevistas

Esta parte del proceso de análisis se realizó como un complemento para analizar la encuesta. Teniendo en cuenta la pertinencia de las acciones de las empresas para analizar la relación con los impactos en el comportamiento del consumidor, se entrevistó a un sujeto representante del área de sostenibilidad de Grupo Éxito y otro sujeto perteneciente al área de sostenibilidad de Grupo Nutresa. En las respuestas resaltan principalmente los siguientes temas:

Categoría 1: Acciones por parte la industria que trabajan y promueven la producción y el consumo responsable.	Categoría 2: Impactos en el comportamiento del ciudadano.
Gestión forestal y cuidado por la frontera agrícola. (S1) Ser un abanderado en alimentación saludable en Colombia a través de marcas propias. (S1) Tener un etiquetado nutricional y un aval por parte de nutricionistas correctos. (S1) Revelar información transparente. (S1) Ser eficientes en el manejo de los recursos. (S1) Hacer uso de plantas solares. (S1) Reducir la presión en las válvulas de agua para disminuir el consumo. (S1) Manejo responsable de residuos. (S1) Comercialización de residuos provenientes de trastienda o reciclaje posindustrial. (S1) Promover acciones alineadas con hábitos saludables. (S1) Educar al consumidor. (S1) Transmitir mensajes a los diferentes públicos. (S1) Alinear la gestión al pacto por la calidad del aire de la secretaría del medio ambiente del municipio de Medellín. (S1) Plan de Movilidad empresarial. (S1)	Fortalecer cadenas de abastecimiento responsables. (S1) Democratizar hábitos de vida saludable. (S1) Generar un impacto en el medio ambiente, como tal en la producción de los diferentes bienes y servicios. (S1) Generar alternativas de consumo responsable para los clientes. (S1) Transformación cultural. (S1) Disminuir la cantidad de dióxido de carbono emitido al medio ambiente

<p>Promover la movilidad compartida y la venta de alternativas de movilidad eléctrica. (S1)</p> <p>Hacer seguimiento a los resultados mediante comités. (...) comercio sostenible de aliados y proveedores, protección del medio ambiente, democratizar estilos de vida saludables, talento humano como apalancados de resultados y transparencia, ética, reputación, comunicación y derechos humanos. (S1)</p> <p>Revelar resultados a través del informe de sostenibilidad para todos los grupos de interés. (S1)</p> <p>Tener el desarrollo sostenible no como un área sino como una capacidad que las personas deben aprender. (S2)</p> <p>El desarrollo sostenible como marco de actuación. (S2)</p> <p>Concertar las decisiones con las 3 dimensiones del desarrollo sostenible. (S2)</p> <p>Monitores de sostenibilidad globales que califican el compromiso con la sostenibilidad. (S2)</p> <p>Estrategia de sostenibilidad. (S2)</p> <p>Vínculo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (S2)</p> <p>Facilitar el consumo de nuestros productos a todas las comunidades. (S2)</p> <p>Alto estándar en la fabricación. (S2)</p> <p>Proporcionar programas de capacitación para el fortalecimiento de capacidades de nuestros colaboradores y las comunidades. (S2)</p> <p>Cuidar de los recursos naturales. (S2)</p> <p>Políticas y planes de acción para todos los factores ambientales. (S2)</p> <p>Compromisos con la alcaldía de Medellín. (S2)</p> <p>Tomar todas las medidas necesarias para que la calidad del aire mejore. (S2)</p> <p>Asegurar el cumplimiento legal ambiental y los controles de emisiones y de material particulado. (S2)</p> <p>Invertir en movilidad sostenible para la distribución de los productos y en un plan de movilidad empresarial sostenible. (S2)</p> <p>Generar conciencia a través de campañas internas en los colaboradores para que compartan el carro, usen la ruta de la empresa, se vayan en bicicleta.</p> <p>Facilitar bici parqueaderos y espacios privilegiados para las personas que comparten su automóvil. (S2)</p>	<p>a través de la movilización. (S1)</p> <p>El desarrollo sostenible es una capacidad que se debe generar en todos los grupos de interés (...) dentro y fuera de la organización. (S2)</p> <p>Tener un mejor planeta para el 2030. (S2)</p> <p>Trabajar por un lema “Futuro para Todos”. (S2)</p> <p>Generar valor económico para los colaboradores y todos los grupos de interés. (S2)</p> <p>Beneficio para las comunidades. (S2)</p> <p>Que un campesino aprenda a cultivar mejor sus productos, aprenda a venderlos mejor, que las comunidades puedan aprender más de temas de producción, de cuidado de la casa, de hábitos de estilos de vida saludable. (S2)</p> <p>Que el impacto ambiental sea mínimo y se pueda compensar. (S2)</p> <p>Promover una mejor calidad del aire. (S2)</p>
--	--

Validar resultados con certificaciones y firmas externas en las diferentes plantas y negocios. (S2)	
---	--

4.2. Interpretación de las categorías

4.2.1. Acciones

Según el marco teórico, como consecuencia de una de las metas del décimo segundo objetivo, “Alentar a las empresas a adoptar prácticas sostenibles”, (ONU, 2015) estas han modificado sus practicas repensándose para encontrar nuevas formas de hacer las cosas, teniendo el desarrollo sostenible como marco de actuación. Lo que materializa el hacer las cosas en las empresas son las personas, con este entendimiento, el foco de gestión de las empresas son sus colaboradores, por lo tanto, ellos identifican los puntos críticos de los procesos donde tienen sentido las acciones para promover prácticas que aporten al cuidado del medio ambiente. Estos cambios se han llevado a cabo a través de las estrategias de sostenibilidad, el desarrollo de las capacidades y con diferentes políticas y planes de acción para todos los factores ambientales. De la misma forma, las acciones que se ejecutan están concertadas equilibrando los tres pilares del desarrollo sostenible, comprendiendo los efectos ambientales, sociales y económicos de los servicios y productos que ofrecen e incentivando a los consumidores a una compra sostenible mediante la entrega de información que les permita tomar decisiones propias.

Las empresas que hacen parte de la investigación vinculan a sus objetivos estratégicos los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas. Al igual que en el marco teórico, estos objetivos se complementan entre sí y las acciones para lograrlos deben estar interconectadas para alcanzar un cambio definitivo. (Naciones Unidas Guatemala, 2018) Algunas de las acciones están asociadas a los siguientes retos: fomentar estilos de vida saludable promoviendo la nutrición y el

mercado responsable, mejorar la calidad de vida, gestionar el desarrollo humano, asegurar el abastecimiento para unas ventas responsables, trabajar por el bienestar laboral y reducir el impacto ambiental en las operaciones a través de la administración adecuada del agua, el aire, la energía, los empaques, el posconsumo y la gestión de residuos. Con esto se busca impactar en el logro de las metas por una gestión sostenible y un uso eficiente de los recursos, reduciendo el desperdicio de alimentos, logrando la gestión de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida mediante la prevención, reducción, reciclado y reutilización, que se mencionan en el marco teórico. (ONU, 2015)

En los procesos de producción durante los últimos años, se ha identificado la importancia de desarrollar las capacidades necesarias en los colaboradores con el fin de atender a las necesidades del presente, sin perder la habilidad de responder a las nuevas tendencias que surjan en el futuro, dando la posibilidad de generar progreso sostenido y permanente, es decir, en el corto, mediano y largo plazo. Una de las formas a sido implementar el desarrollo sostenible no simplemente como un área de la organización sino precisamente como una capacidad que las personas deben aprender para incorporar desde todos los niveles de la empresa para la estabilidad del desarrollo. Estas capacidades se vuelven parte de la “personalidad” de la empresa y de la cultura organizacional. Otra etapa del trabajo ha sido la de proporcionar programas de capacitación para fortalecer las capacidades en las comunidades, promover acciones alineadas con hábitos saludables y educar al consumidor, transmitiendo mensajes a los diferentes públicos de distintas formas, por medio de la publicidad y los empaques. Como se menciona anteriormente, esto les permite a las personas tomar decisiones propias y conscientes en pro del logro de todos los resultados buscados entorno al tema en estudio. Esto apunta a la meta de asegurar que las personas

de todo el mundo tengan los conocimientos para el desarrollo sostenible y los estilos de vida amigables con la naturaleza. (ONU, 2015)

Para que el consumo sea realmente saludable, diferentes empresas se han ocupado de tener un alto estándar en la fabricación de sus productos y en ser reconocidas por fomentar la alimentación saludable en Colombia a través de marcas propias. Para que, a través del conocimiento, el cliente tome decisiones orientadas al logro del consumo responsable, ha sido esencial tener un etiquetado nutricional y un aval por parte de nutricionistas idóneos para revelar información confiable. Otro factor importante es el de facilitar el consumo de los productos a todas las comunidades, con precios accesibles y dándose a conocer como una marca responsable, que adopta en sus prácticas cuidados por la salud del consumidor y por el medio ambiente. Estas acciones le apuntan al cumplimiento de la meta del décimo segundo objetivo que habla de promover prácticas de adquisición pública sostenibles. (ONU, 2015)

Por medio de prácticas responsables en la agricultura se busca propender el cuidado de la calidad del suelo fértil, mantener los bosques, evitar la sobrepesca y el deterioro del medio marino. Con el estudio de los riesgos operacionales, se enfocan las capacidades en la gestión forestal que cuida los recursos naturales y trabaja por la eficiencia de estos. Algunas de las acciones han sido la implementación de plantas solares para bajar el consumo energético y la reducción de la presión en las válvulas de agua para disminuir el consumo y los riesgos como la escasez y el deterioro de su calidad, al igual que el manejo adecuado de los vertimientos y la administración del recurso en la cadena de valor por medio de actividades para la protección de las cuencas de los ríos. Todas estas acciones impactan la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. (ONU, 2015) Las prácticas apuntan además de cuidar la primera etapa de la producción, a reducir el

desperdicio de alimentos por medio de controles en la cadena de abastecimiento y que el consumidor adquiera lo necesario con porciones adecuadas.

Un factor determinante para el cumplimiento del objetivo en estudio “producción y consumo responsables”, es poder reducir y manejar responsablemente los residuos en toda la cadena de producción, abastecimiento y consumo. Entre las acciones que se pudieron evidenciar a lo largo del proceso de investigación, se encuentra la creación de impuestos ambientales, como es el caso del cobro por la utilización de las bolsas plásticas que busca desincentivar su uso y que sean reemplazadas por bolsas reutilizables de manera permanente, hasta generar conciencia y que se convierta en un hábito para todos. Otra acción ha sido la reducción en la utilización de materiales para empaque con ciclo cerrado, cambiándolo por materiales que tengan insumos reciclados o biodegradables, como las cajas corrugadas de fibra celulosa reciclada, los papeles de fibras de caña de azúcar y las materias primas con certificados de prácticas sostenibles. A través de la comercialización de residuos de trastienda o de reciclaje posindustrial se puede generar valor para llevar a cabo otras iniciativas. Todas estas acciones desembocan en el cumplimiento de la meta de gestionar los productos químicos y todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida y disminuir su generación mediante la prevención, reducción, reciclado y reutilización. (ONU, 2015)

Como se mencionó en el marco teórico, (Medellín cómo vamos, 2018) desde la alcaldía se vienen trabajando diferentes alternativas durante los últimos años con el ánimo de reducir las emisiones que producen impactos medioambientales negativos desde la industria. Una de las propuestas es alinear la gestión al pacto por la calidad del aire de la secretaría del medio ambiente del municipio de Medellín. Una de las primeras iniciativas ha sido desarrollar planes de movilidad empresarial y tomar todas las medidas necesarias para que la calidad del aire mejore de diversas formas, empezando por asegurar el cumplimiento legal ambiental y los controles de emisiones y

de material particulado para reducir la huella ecológica. Para aportar a el cumplimiento del pacto por la calidad del aire, diferentes empresas han optado por invertir en movilidad sostenible para la distribución de los productos y promover la movilidad compartida y la venta de alternativas de movilidad eléctrica para los colaboradores, encontrando soluciones no solo para la movilidad, sino también para otros problemas en las operaciones industriales, comerciales, logísticas y administrativas en fuentes alternativas y renovables, que además disminuyen el alto consumo energético. Cabe destacar entre las acciones empresariales vistas en la investigación, iniciativas para la movilidad sostenible que invitan a los colaboradores a compartir sus vehículos, usar rutas empresariales o bicicleta, facilitando ecoestaciones de carga para los vehículos eléctricos y parqueaderos para vehículos alternativos, planes de teletrabajo y trabajo remoto.

Para hacer seguimiento a los proyectos y sus impactos se crean diferentes comités en las organizaciones, en ellos se tratan temas como el comercio sostenible con aliados y proveedores, la protección del medio ambiente, la promoción de estilos de vida saludables para todos los grupos sociales, el talento humano como apalancador de resultados y temas de transparencia, ética y reputación. Todos los resultados consolidados en los comités se revelan a través del informe de sostenibilidad para todos los grupos de interés, acompañado del aval por los monitores de sostenibilidad globales y firmas externas que califican el compromiso y la apropiación que cada empresa tiene de la producción y las prácticas sostenibles. Todo lo anterior para el alineamiento con la meta de elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible e incorporar información sobre la sostenibilidad en los informes. (ONU, 2015)

4.2.2. Impactos

Las industrias mencionadas que buscan que su el impacto ambiental sea mínimo y se pueda compensar, han generado consecuencias positivas en el medio ambiente, puntualmente en los procesos de producción de diferentes bienes y servicios. Se han fortalecido las cadenas de abastecimiento responsables en todos los niveles, con la cooperación desde el productor hasta el consumidor final y se ha logrado un impacto significativo en diferentes metas del objetivo de producción y consumo responsables, como lo es lograr una gestión sostenible por medio del uso eficiente de los recursos naturales y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida con ayuda de actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización, disminuyendo las emisiones de carbono y otros contaminantes, reduciendo la huella ecológica al igual que el desperdicio de alimentos e incentivando al consumidor a tener prácticas de adquisición pública sostenibles a través de estilos de vida en armonía con su entorno.

Como se menciona en el marco teórico, el desarrollo sostenible ha llevado la economía hacia mejores niveles para todos de forma sostenida y permanente, sin agotar los recursos y cuidando el medio ambiente. Es así como las empresas en la ciudad además de preocuparse por el cuidado del medio ambiente se ocupan de generar valor económico para los colaboradores y todos los grupos de interés aportando al desarrollo local. Lo anterior, se ha basado en parte en la adopción de modelos de producción y de consumo que equilibran el crecimiento económico con la reducción de la huella ecológica, obteniendo mejores resultados con menos cantidad de recursos, aportando al cuidado de los costos económicos, ambientales y sociales.

En los resultados de la encuesta, se evidencia que, de los ciudadanos encuestados, hoy en día el 65.2% hace uso de las plataformas de servicios o compras a domicilio para evitar movilizarse hasta el lugar de la compra, de estos el 8.6% lo motiva el generar menos contaminación, el 41.1%

la comodidad y el 15.2% el tener tiempo para hacer otras cosas. Se destaca de estos resultados que más de la mitad de los encuestados hacen uso de las plataformas, disminuyendo las emisiones de la movilización del consumidor bien sea por conciencia o porque la comodidad de usar estas plataformas lleva a las personas a adoptar hábitos que aportan a los resultados esperados.

Al preguntar lo que motiva a las personas a realizar una compra, se ha encontrado que el 3.3% de la población principalmente compra por antojo, mientras que el 38.6% afirma que compra mayormente cosas que necesita en verdad y el 58.1% dice comprar por ambos motivos. Estas cifras son evidencia de la forma en la que vivimos y consumimos en Medellín, que en ocasiones va en contravía de un desarrollo sostenible por la alta demanda de recursos para dar respuesta a estas intenciones de los consumidores, representando más desechos y por consiguiente un fuerte impacto ambiental. Según el marco teórico, la moda es uno de los mayores incentivos de consumo y esta industria es el segundo contaminante del agua en el proceso de producción, lo que no refleja ser parte de la solución. (ONU, 2017)

Se han democratizado hábitos de vida saludable por el logro de las alternativas de consumo responsable para los clientes. De las personas encuestadas el 84.3% afirma que, al comprar productos de alimentación, opta por productos saludables, mientras al 15.7% le es indiferente. En el mismo sentido, el 29.5% de las personas alguna vez ha revisado si el empaque de un producto es hecho con material reutilizable antes de comprarlo, mientras el 70.5% de las personas no han revisado el material del empaque al comprar. Otra de las preguntas muestra que el 31.4% de las personas alguna vez se han ocupado de revisar las prácticas de producción de una empresa antes de comprar, mientras que el 68.6% dice nunca haber revisado tal información. De estas personas el 66.2% dice que esta información incide o podría incidir en su elección de compra, mientras el 33.8% afirma que esta información no afectaría su decisión. Estas cifras permiten concluir que el

resultado esperado en la meta de promover prácticas de adquisición pública sostenibles junto con la de reducir la generación de desechos por parte del consumidor aún tienen un camino por recorrer.

En este proceso de transformación cultural ha sido de vital importancia que el desarrollo sostenible, como capacidad esté presente en el día a día de todos los grupos de interés, dentro y fuera de las organizaciones para que sea cotidiano y permanente redundando en las comunidades. Este beneficio se ha ido alcanzando, por ejemplo, según las entrevistas, a medida que un campesino aprende a cultivar y a vender mejor, o que las personas aprenden acerca de temas de cuidado de la casa, de hábitos de estilos de vida saludable, de cuidado de ecosistemas u otros temas relacionados de su interés. Esto asegura que las personas tengan los conocimientos necesarios para adoptar prácticas conscientes que aporten al cuidado de la naturaleza.

En las metas que buscan reducir la generación de desechos y lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos, se encuentra un impacto importante en el cambio del material de empaque para la distribución y el consumo. En el marco teórico se hace referencia a un cambio en las prácticas relacionadas con el material de empaque, (Grupo Nutresa, 2018) hoy en día se ofrecen productos más sostenibles por su ecodiseño y una significativa reducción en el uso de materiales de ciclo cerrado para este fin. En las encuestas se puede ver como el 37.1% de las personas lleva sus propias bolsas reutilizables y si las olvida, compra en la caja bolsas reutilizables, el 41.4% en ocasiones olvida sus bolsas reutilizables y compra en la caja bolsas plásticas tradicionales y el 21.4% adquiere siempre las bolsas plásticas tradicionales. Según las cifras, se ha empezado a generar conciencia, lo demuestran las prácticas de reciclaje que las personas utilizan en sus hogares. Como se observa en la encuesta, el 87.6% de las personas utiliza un basurero para orgánicos y otro para reciclaje, siendo este un porcentaje alto que demuestra un alto nivel de

apropiación, además, el 37.6% hace parte de la iniciativa “Botellitas de Amor”, el 10% tiene plantas o huerta y utiliza los orgánicos como abono, el 20.5% implementa prácticas diferentes a las mencionadas y solo el 6.2% no utiliza ningún tipo de práctica de reciclaje.

Hay un impacto que recae sobre los objetivos relacionados con el consumo responsable de los recursos, las energías alternativas y la disponibilidad de agua limpia y saneamiento para todos, sumando a la meta del uso eficiente de los recursos naturales. El alto consumo energético en las industrias ha encontrado solución en la optimización del uso de la energía de fuentes no renovables y en la inversión en energías alternativas. Los datos arrojados por la encuesta muestran la forma en la que desde los hogares se aporta al logro de la gestión energética sostenible. Se evidencia que el 91.9% de las personas encienden únicamente las luces necesarias, el 89.9% apagan las luces que otros dejan encendidas, el 81.4% ha cambiado los bombillos tradicionales por bombillos ahorradores y el 45.7% procura no dejar cables enchufados a la luz cuando no están haciendo uso de ellos. Las cifras arrojadas muestran que gran parte de la población está comprometida con el uso racional de este recurso. Por el lado del recurso hídrico, desde las industrias se han logrado controlar parte de los impactos en el uso del agua a lo largo de todos los procesos de la cadena de valor, evitando que se materialice el riesgo de escasez y deterioro de su calidad. Según la encuesta, desde los hogares, el 42.2% de las personas se baña en menos de cinco minutos porque tiene conciencia del uso del recurso y el 64.3% cierra la llave principal de su vivienda al salir por tiempos prolongados. Estas cifras denotan un interés genuino por el cuidado del recurso. Cabe destacar que el 34.8% de las personas encuestadas, ha hablado con otras acerca de su preocupación por la forma en cómo usan estos recursos, lo que puede generar una cadena de impactos en el comportamiento de otros ciudadanos.

Los datos revelados por la encuesta muestran que, desde el año 2016, que los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas empezaron a ser visibles para las industrias de la ciudad, y como consecuencia para los ciudadanos, el 96.2% de las personas encuestadas consideran que han cambiado positivamente sus hábitos y su comportamiento con relación al consumo responsable, mientras el solo el 3.8% restante considera no haber modificado sus hábitos en relación con este tema.

4.3. Relaciones entre las acciones y los impactos

Se puede observar que las acciones emprendidas por la industria en Medellín han generado un impacto significativo en el comportamiento de los habitantes de la ciudad. Las diferentes prácticas mencionadas han hecho que se desarrollen en las personas las capacidades necesarias para comprender los efectos de sus decisiones de compra. Las empresas han incentivado a los consumidores a una compra sostenible, mediante la entrega de información que les permita tomar decisiones propias. Han promovido acciones alineadas con hábitos saludables, transmitiendo mensajes a los diferentes públicos de distintas formas, por medio de la publicidad y los empaques. Con estas medidas se ha motivado además a que los consumidores adquieran lo necesario con porciones adecuadas, favoreciendo su estado de salud y repercutiendo en la salud pública. Con estas acciones, las empresas se ocupan cada vez más en fortalecer las cadenas de abastecimiento responsables, dándole la posibilidad al cliente de hacer parte de estas alternativas. Par esto último, se han asegurado de que los productos sean de un alto estándar en su fabricación y que tengan certificaciones de su contenido nutricional y que sus prácticas estén avaladas por expertos, fomentando estilos de vida saludable y promoviendo la nutrición, el mercado responsable y una mejor calidad de vida.

En la consolidación de los datos, se destaca que más de la mitad de los encuestados hacen uso de las plataformas virtuales de compras a domicilio. Esto da cuenta de que las acciones emprendidas por las empresas, que buscan virtualizar las compras y evitar que los consumidores tengan que movilizarse hasta el sitio donde se ofrecen los productos, han generado un impacto positivo, disminuyendo las emisiones, bien sea por conciencia o porque la comodidad de usar estas plataformas lleva a las personas a adoptar hábitos que aportan a los resultados esperados.

En el desarrollo de las capacidades, ha sido de vital importancia no solo emprender acciones con los colaboradores de las empresas sino también con todas las comunidades para generar impactos sostenibles en el tiempo, generando conciencia y llevando a que las decisiones sean tomadas por convencimiento. Hablando del mutuo beneficio es importante hablar del crecimiento económico de las empresas, que busca impactar no solo en sus colaboradores y aliados sino también a seguir contribuyendo a un crecimiento sostenido de la clase media con los buenos resultados que se obtengan, mejorando los niveles de vida para todos en la ciudad.

Los impuestos ambientales, como el de las bolsas plásticas para desincentivar su uso y las campañas para el uso continuo de las bolsas reutilizables, junto con el cuidado de la tierra y el ecodiseño por la reducción en la utilización de materiales para empaque con ciclo cerrado, cambiándolo por materiales de insumos reciclados o biodegradables, han empezado a generar conciencia, convirtiéndose en un hábito para los ciudadanos con prácticas de gestión de los desechos como muestran las cifras de la encuesta de las prácticas de reciclaje en los hogares. El vínculo con diferentes objetivos de desarrollo sostenibles de las Naciones Unidas en las acciones de las empresas ha logrado impactar en el uso eficiente de recursos, reduciendo el impacto ambiental en las operaciones industriales y de abastecimiento, y en los hogares a través de la gestión adecuada del agua, el aire, la energía, los empaques, el posconsumo y la gestión de

residuos. Es evidente una mejora en el consumo del agua y de la energía en los hogares, aunque todavía falta un camino por recorrer. Algunas de las acciones en la industria han sido el uso de plantas solares que han bajado el consumo energético y la reducción de la presión en las válvulas de agua que han optimizado su utilización. Con los resultados de la encuesta, se evidencia que las actividades para la protección de estos recursos han motivado a las personas en sus hogares a ser participes de dicha disminución, sin embargo, aún faltan acciones para lograr la meta de optimizar el uso de estos y eliminar el desperdicio. Para las operaciones industriales, comerciales, logísticas y administrativas se han implementado fuentes alternativas y renovables, que disminuyen el alto consumo energético y el impacto en la calidad del aire. De manera puntual, para el cuidado de este último recurso, se creó el Pacto por la Calidad del Aire desde la alcaldía de Medellín, que generó planes de movilidad compartida y sostenible. Estas acciones han aportado a la reducción de las emisiones contaminantes causadas por la movilidad e incitan a la población a implementar estas alternativas por ejemplo haciendo uso de vehículos eléctricos o híbridos.

Como consecuencia de que se haya hecho visible la necesidad del compromiso de la industria para generar un cambio en nuestra forma de vida y tener prácticas que cuiden el planeta, múltiples empresas han querido unir sus procesos a diferentes organizaciones de seguimiento de resultados y empresas privadas de monitoreo y certificación de prácticas sostenibles, para orientar sus resultados a un compromiso ambiental. El poder medir y comparar los logros con los de otras compañías motiva a cada una de ellas a ser mejor cada año, por lo que en cada informe anual los resultados de las empresas son más alentadores. Como consecuencia de estos logros y los datos analizados de la última gráfica de la encuesta, donde vemos que el 96.2% de los encuestados han notado un cambio positivo en sus hábitos ecológicamente responsables, podemos prever que es posible tener un mejor planeta para el 2030 y un mejor futuro.

5. Conclusiones

En la investigación se encontró que hoy se pueden identificar y observar impactos positivos en el comportamiento de los habitantes de la ciudad de Medellín, como resultado de las acciones que han emprendido las industrias por el conocimiento y la apropiación del décimo segundo objetivo de desarrollo sostenible “producción y consumo responsables”, que hace parte de la agenda 2030 de las Naciones Unidas. Las prácticas de las empresas han generado un cambio positivo en los hábitos de los ciudadanos durante los últimos años en relación con el cuidado del recurso hídrico, la calidad del aire, la optimización de la energía, la disminución de desechos y las prácticas que los llevan a tener una vida más sana.

Se esperaba encontrar que los comportamientos de los ciudadanos hubieran cambiado positivamente, partiendo de tener una conciencia que los impulse a tomar decisiones que son responsabilidad de todos. Las expectativas de la respuesta para la pregunta de investigación fueron cumplidas dado que los resultados arrojan múltiples impactos en el comportamiento de los consumidores durante los últimos años, demostrando que no son solo los planes de la industria los que aportan al cumplimiento del objetivo mencionado, “producción y consumo responsables”.

Para tener entendimiento sobre lo que significa e implica este objetivo, se realizó un primer proceso de búsqueda que se evidencia en los temas abordados en el primer capítulo del marco teórico, con ayuda principalmente de información encontrada en la página web oficial de las Naciones Unidas y otras páginas relacionadas con el desarrollo sostenible.

Para la solución del segundo objetivo específico, se realizó una búsqueda basada principalmente en información de las páginas web oficiales de Grupo Éxito y Grupo Nutresa, tomadas como referencia de la industria con la finalidad de reconocer acciones que evidencien la

apropiación de la producción y el consumo responsables por parte de algunos actores de la industria en la ciudad de Medellín.

Con la información hallada en los métodos de recolección de datos, la encuesta y las entrevistas, se encontró la última información para la investigación que permitió evidenciar y luego analizar algunos impactos positivos en el comportamiento de los habitantes de la ciudad, que se han generado por las acciones emprendidas por algunos actores de la industria y que nos permiten concluir que el terreno está abonado para generar grandes transformaciones.

6. Bibliografía

- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2000). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
https://www.undp.org/content/undp/es/home/sdgoverview/mdg_goals.html
- ONU. (s.f). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (s.f). *Asamblea General de las Naciones Unidas*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de dle.rae.es: <https://dle.rae.es/sostenible>
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de dle.rae.es: <https://dle.rae.es/desarrollo>
- acciona. (s.f). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de acciona.com:
<https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/>
- Segura, R. B. (s.f). *Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. Obtenido de upv.es:
<https://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0686956.pdf>
- ONU. (1992). *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>
- UNESCO. (2018). Obtenido de <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- UNESCO. (2018). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=Y2n7xFQWOjo>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-6-clean-water-and-sanitation.html>

Nussbaum, M. (marzo 2012). *Crear capacidades*. Barcelona: PAIDÓS.

Uriarte, J. M. (2019). *Huella Ecológica*. Obtenido de caracteristicas.co:
<https://www.caracteristicas.co/huella-ecologica/#ixzz6FY5zEUsq>

Soyecolombiano. (s.f). *¿CUÁL ES TU HUELLA?* Obtenido de soyecolombiano.com:
<https://www.soyecolombiano.com>

Meneses, C. M. (2014). ¡Vamos al Centro Comercial! Consumo y visualidades del miedo en la Medellín contemporánea. *ANAGRAMAS - UNIVERSIDAD DE MEDELLIN*.

Gutiérrez, F. (2016). *Plan de desarrollo Medellín cuenta con vos 2016 - 2019*. Medellín.

Grupo Éxito. (2018). *El Grupo Éxito promueve acciones para mejorar la calidad del aire*. Obtenido de grupoexito.com.co: <https://www.grupoexito.com.co/es/noticias-grupo-exito/el-grupo-exito-promueve-acciones-para-mejorar-la-calidad-del-aire>

Grupo Éxito. (2020). *¿Qué es sostenibilidad?* Obtenido de grupoexito.com.co:
<https://www.grupoexito.com.co/es/estrategia-sostenibilidad>

- Grupo Éxito. (2020). *¿Quiénes somos?* Obtenido de grupoexito.com.co:
<https://www.grupoexito.com.co/es/quienes-somos>
- Grupo Ntresa. (2020). *NOTICIAS Y ACTUALIDAD*. Obtenido de gruponutresa.com:
<https://www.gruponutresa.com/noticias/grupo-nutresa-seis-anos-en-la-categoria-plata-de-sam/>
- Grupo Nutresa. (2020). *QUIÉNES SOMOS*. Obtenido de gruponutresa.com:
<https://www.gruponutresa.com/quienes-somos/>
- Grupo Nutresa. (2018). *Un futuro entre todos*.
- ONU. (2019). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Naciones Unidas Guatemala. (2018). *Objetivos de Desarrollo*. Obtenido de onu.org.gt:
<https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- ONU. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2017). *Objetivos de Desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2017). *Obejetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

- ONU. (2017). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>
- ONU. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Universidad Cooperativa de Colombia. (2018). *Huella Ecológica*. Obtenido de ucc.edu.co:
<https://www.ucc.edu.co/institucion/Paginas/ambiental-huella-ecologica.aspx>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2020). *Soy ECOlombiano*. Obtenido de minambiente.gov.co:
<https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article?id=157:plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-10>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Naciones Unidas Guatemala. (2018). *Objetivos de Desarrollo*. Obtenido de onu.org.gt:
<https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

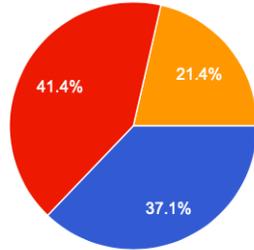
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Medellín cómo vamos. (2018). *Medellín cómo vamos*. Obtenido de
www.medellincomovamos.org: <https://www.medellincomovamos.org/download/pacto-por-la-calidad-del-aire-medellin-2018>
- ONU. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- ONU. (2017). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de undp.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Grupo Nutresa. (2018). *Un futuro entre todos*.

Anexos

Encuesta

Cuando va al supermercado ¿qué acostumbra hacer?

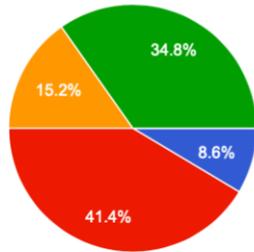
210 responses



- Llevo sus propias bolsas reutilizables y si las olvida, compra en la caja bolsas reutilizables
- A veces olvida sus bolsas reutilizables y compra en la caja bolsa plásticas tradicionales
- Siempre compra en la caja bolsas plásticas tradicionales

¿Qué lo motiva a utilizar plataformas virtuales de servicios o compras a domicilio?

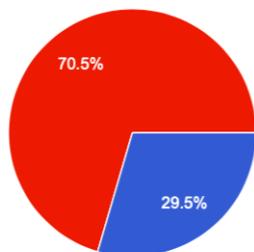
210 responses



- Evitar movilizarse hasta el lugar de la compra, generando menos contaminación
- Evitar movilizarse hasta el lugar de la compra por comodidad
- Tener tiempo para otras cosas
- No las utiliza

¿Ha revisado si el empaque es hecho con material reutilizable antes de comprar un producto?

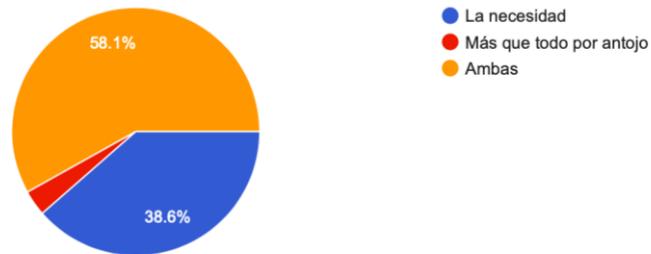
210 responses



- Sí
- No

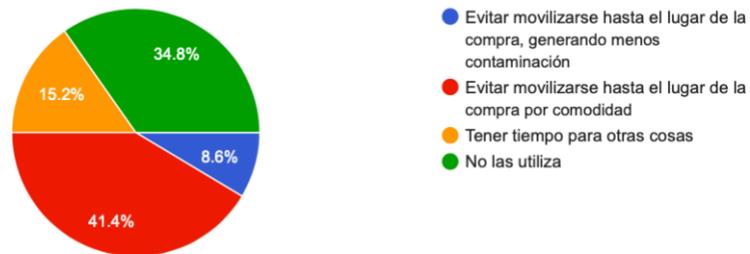
¿Qué lo motiva a comprar?

210 responses



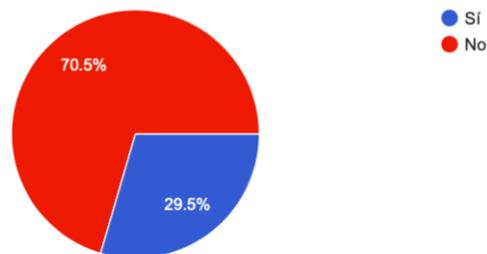
¿Qué lo motiva a utilizar plataformas virtuales de servicios o compras a domicilio?

210 responses



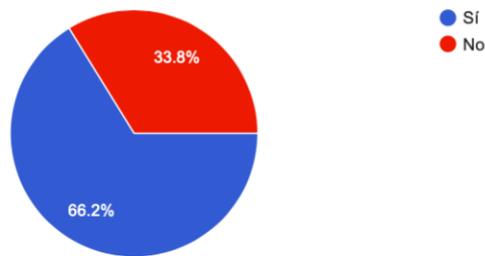
¿Ha revisado si el empaque es hecho con material reutilizable antes de comprar un producto?

210 responses



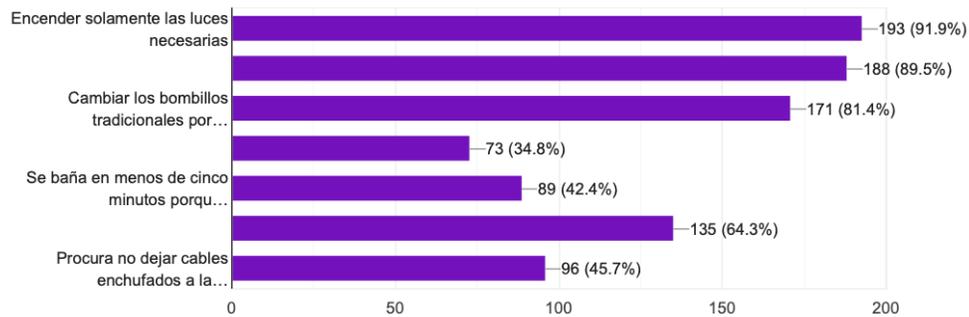
¿La información de la pregunta anterior tiene o puede tener incidencia en su decisión de compra?

210 respuestas



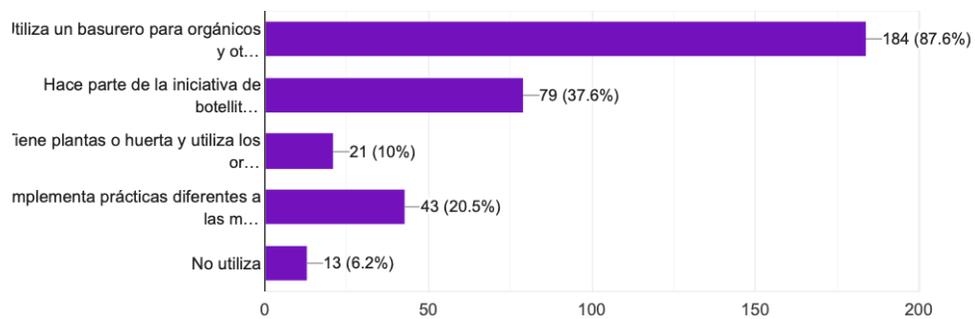
¿Al consumir servicios públicos (agua y energía) acostumbra a alguna de las siguientes prácticas? (puede seleccionar varias opciones)

210 respuestas



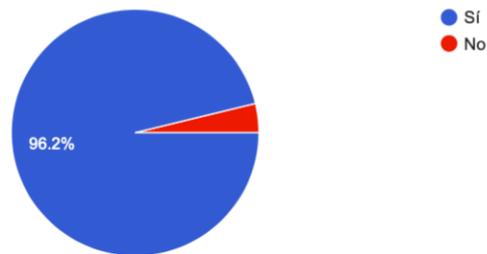
¿Utiliza algunas de las siguientes prácticas de reciclaje? (puede seleccionar varias opciones)

210 responses



¿Considera que durante los últimos cuatro años han cambiado positivamente algunos de sus comportamientos con relación al consumo responsable?

210 responses



Entrevistas

Grupo Éxito

1.¿Qué ha motivado a Grupo Éxito a realizar acciones y cambios en su practicas para trabajar por el objetivo de “producción y consumo responsables”? y ¿Cómo lo trabajan?

Sujeto 1: Te contamos que este objetivo lo trabajamos principalmente 3 frentes. El primero es comercio sostenible, que es cómo a través del trabajo con nuestros aliados y proveedores fortalecemos cadenas de abastecimiento responsables. Esto pues va desde la producción alineado con todo el tema de gestión forestal, de cuidado por la frontera agrícola y sobre todo en algunos commodities que son como los que más pueden impactar en este sentido que son la ganadería y el aceite de palma. También tenemos otro frente que es Vida Sana que se refiere a cómo democratizamos los hábitos de vida saludables. Entonces ¿qué hacemos allí en producción y consumo responsables? pues va desde todo el tema de que nuestra marca propia, TAEQ, sea un abanderado en el tema de alimentación saludable en Colombia pero que también esté acompañado de un etiquetado nutricional y un aval por parte de nutricionistas correctos en el cual sea transparente la información que se le revela a los consumidores y el otro frente es Mi Planeta que es todo el tema ambiental, entonces nosotros tenemos una operación muy grande en Colombia, son más o menos 560 - 570 dependencias, pues solo las que el público ve, además de centros de instrucción, industria de alimentos, sedes corporativas, entre otros. Entonces, como puedes imaginarte, allí hay un impacto muy grande en el medio ambiente, como tal en la producción de los diferentes bienes y servicios y allí pues hay varias cosas. Una es trabajar por ser eficientes en el manejo de nuestros recursos tanto al interior de Grupo Éxito como los que provienen de nuestros clientes, para esto algunos almacenes cuentan con plantas solares que les proveen la energía que es directamente de una fuente de generación limpia y también tenemos un acompañamiento para

volver cada vez más eficiente el consumo de energía en las dependencias. Tenemos también otro tema de válvulas de agua en el cual pues se reduce la presión garantizando que el consumo sea menor y también un tema de manejo responsable de residuos, nosotros somos el mayor recolector de residuos aprovechables en el país, el año pasado reciclamos cerca de 22.000 toneladas de residuos aprovechables, esto se convierte después en la principal fuente de financiación de la Fundación Éxito que se obtiene a través de la comercialización de ese material y esto es lo que proviene básicamente de todo lo que es trastienda o reciclaje pos industrial.

2.¿Qué impactos esperan que estas acciones generen en los hábitos de los ciudadanos?

Sujeto 1: A través de estas acciones por un lado buscamos promover alternativas que estén alineadas con estos hábitos, por ejemplo, tú no puedes consumir ganadería que provenga de 0 deforestación o que respete los mínimos con el medio ambiente si en el mercado esto no se ofrece, entonces estamos buscando generar alternativas de consumo responsable para nuestros clientes. También implica una transformación cultural muy grande y nosotros también tenemos un foco de educar al consumidor qué pues como te contaba tenemos más o menos 560 dependencias entonces pues es una gran plataforma para transmitirle mensajes a nuestros públicos.

3.¿Qué impactos esperan que estas acciones generen en la ciudad de Medellín?

Sujeto 1: Una de las principales acciones a resaltar es que nosotros estamos inscritos en el pacto por la calidad del aire que se promueve desde la secretaría del medio ambiente del municipio de Medellín y con lo cual también buscamos alinearnos a través del Plan de Movilidad empresarial con varias acciones para reducir el impacto en la calidad del aire entonces a través de Try my Ride qué es una empresa que facilita una aplicación para la movilidad compartida de los colaboradores se promueve el uso compartido del vehículo y la disminución del uso del vehículo particular. También se promueve la venta para los colaboradores de alternativas de movilidad eléctrica cómo

son las bicicletas eléctricas y las patinetas entonces con eso se busca disminuir las toneladas de CO2 emitidas al medio ambiente a través de la movilización de nuestros colaboradores.

4.¿Cómo validan que se estén dando los resultados esperados y qué resultados han obtenido?

Sujeto 1: Para hacerle seguimiento a todos nuestros resultados tenemos varios comités. Nosotros tenemos al interior de la compañía un comité por cada uno de los retos de sostenibilidad que son 6, uno centrado en la gestión que se realiza en la Fundación Éxito, el segundo tiene que ver con los temas de comercio sostenible de nuestros aliados y proveedores, el tercero se enfoca en la protección del medio ambiente a través Mi Planeta, el cuarto es como democratizamos estilos de vida saludables a través de vida sana, el quinto es todos los temas relacionados con colaboradores que se llama El Éxito de Grupo Éxito está en su Gente y el sexto es todos los temas de transparencia, ética, reputación, comunicación y derechos humanos que se llama Somos Íntegros. ¿Cómo lo revelamos? esto se hace a través de nuestro informe de sostenibilidad que te invito a que lo leas, es muy interesante, allí tenemos el avance de todos estos grandes proyectos año a año y se publican para todos nuestros grupos de interés.

Grupo Nutresa

1.¿Qué ha motivado a Grupo Nutresa a realizar acciones y cambios en su practicas para trabajar por el objetivo de “producción y consumo responsables”? y ¿Cómo lo trabajan?

Sujeto 2: Bueno entonces mira son varias cosas las que nos han motivado en Grupo Nutresa a llevar una estrategia de producción y consumo responsables. La primera es que el desarrollo sostenible para grupo Nutresa es una capacidad que se debe generar en todos los grupos de interés. Nuestros grupos de interés están dentro y fuera de la organización como lo puedes encontrar en el

informe integrado, pero para todos nuestros grupos de interés nosotros consideramos que el desarrollo sostenible es una capacidad que se debe generar en nuestros colaboradores, en las relaciones que tenemos con los proveedores, con el estado, con las comunidades. Entonces nosotros no tenemos el desarrollo sostenible como un área sino como una capacidad que las personas debemos aprender y debemos integrar al día a día de nuestros procesos. Por lo tanto, si tienes por ejemplo una persona que trabaje en ingeniería o una persona que trabaje en mercadeo o una persona que trabaje en producción todos saben que el desarrollo sostenible es el marco de actuación nuestro y que todas las decisiones que se tomen deben estar concertadas con las 3 dimensiones del desarrollo sostenible que son la ambiental, la económica y la social. Entonces no vamos a hacer algo que, si bien sea muy bueno económicamente, vaya en detrimento de los recursos porque no estaríamos cumpliendo con el marco de desarrollo sostenible. Eso es al interior de nuestra organización, pero otros motores que nos llevan a seguir haciendo el desarrollo sostenible una capacidad en Grupo Nutresa es que nosotros participamos de muchos monitores de sostenibilidad que son entidades globales que califican nuestro compromiso con la sostenibilidad, como el Dow Jones sostenible index qué es el Dow Jones económico, pero para calificar a las empresas en sostenibilidad. Nosotros somos la empresa número uno de acuerdo con el índice global del Dow Jones a nivel mundial con los estándares más altos de sostenibilidad. ¿El Dow Jones a quién le sirve? Es un estándar que le dice a los inversionistas que nuestra empresa en todas las decisiones tiene la sostenibilidad como un criterio de decisión y entonces eso se extiende a todos los niveles de gestión de nuestra empresa. El ser el número uno en el Dow Jones significa que estamos por encima de los estándares de Nestlé o de Miller o de otras grandes compañías que siempre son nuestros referentes y eso lo que nos impone es que cada año las exigencias son más altas porque cada año tenemos que cumplir con más cosas para poder seguir siendo el número uno

o estar en el top 3 de las empresas más sostenibles en el mundo. Tercero, muy importante también, es que nosotros tenemos una estrategia de sostenibilidad que puedes verificar en el informe integrado de gestión, basada en 6 prioridades estratégicas que cobijan todos los estándares y todos los procesos de la organización y que cobijan las 3 dimensiones de la sostenibilidad. Hay prioridades estratégicas para los derechos humanos, para las relaciones laborales, para el ambiente, para los proveedores, es decir que se extiende a toda la cadena de valor. Nosotros nos enlazamos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y nos vinculamos con 9 objetivos directos que nos enmarcan y nos dan vía para trabajar por la sostenibilidad para que tengamos planeta para el 2030 y para que el planeta sea mejor. Eso es lo que te puedo decir de por qué nosotros actuamos bajo el compromiso de responsabilidad de producción y consumo responsable.

2.¿Qué impactos esperan que estás acciones generen en los hábitos de los ciudadanos?

Sujeto 2: Nosotros trabajamos por un lema que es futuro para todos. Lo que nosotros siempre estamos fomentando es que trabajemos en las 3 dimensiones de la sostenibilidad y que generemos precisamente esos impactos. ¿Cuáles son esas 3 dimensiones de la sostenibilidad y cómo se traducen? es la social, la ambiental y económica. Ninguna es más importante que la otra, pero para ponerle un orden empezamos por la económica, entonces pues es que sigamos trabajando y sigamos existiendo como compañía. Somos una compañía muy grande, de nosotros dependen muchísimos colaboradores, son casi 46.000 colaboradores en todo el mundo que tenemos directamente vinculados con nosotros, entonces tenemos una responsabilidad muy grande de generar valor económico para ellos, valor económico para los accionistas y pues para nuestros proveedores que son quienes nos venden sus materias primas, entonces necesitamos primero generar una empresa que siga siendo vigente, que siga siendo relevante y que siga produciendo los

resultados económicos que hasta ahora ha generado. En la parte social, que sería la segunda, esperamos que las comunidades se beneficien de muchas maneras de nuestra labor, la primera es consumiendo nuestros productos que son productos con excelente relación precio valor, son productos muy queridos por nuestros consumidores, son productos muy sanos con un altísimo estándar en la fabricación, entonces tú recibes el mejor servicio, pero también en las comunidades, tenemos otro montón de impactos, por ejemplo tenemos los mejores estándares de seguridad y salud en el trabajo para asegurar que nuestros colaboradores trabajan muy bien que están cumpliendo todas las normas de seguridad y todos los beneficios legales e intra-legales que confiere ser colaborador de Grupo Nutresa. Tenemos muchos programas de capacitación para nuestros colaboradores, para las familias de los colaboradores y para las comunidades. Nosotros participamos en muchísimos programas a nivel nacional e internacional de fortalecimiento de capacidades en las comunidades. ¿Qué es fortalecer capacidades? que un campesino por ejemplo aprenda a cultivar mejor sus productos, aprenda a venderlos mejor, que las comunidades puedan aprender más de temas de producción, de temas de cuidado de la casa, de hábitos de estilos de vida saludable. Todo este trabajo lo hacemos con las comunidades y en la parte ambiental nuestra prioridad estratégica 6 cuida de todos los recursos naturales, tiene políticas y tiene planes de acción para todos los factores ambientales, entonces tenemos política de recurso hídrico, tenemos política de cambio climático, de energía renovable, de empaques. Siempre estamos trabajando por todos esos factores ambientales para que nuestro impacto ambiental sea mínimo y lo podamos compensar también. Esos son los impactos que nosotros generamos en las 3 dimensiones de la sostenibilidad. Para este tema puedes buscar en el informe integrado de gestión el capítulo de gestión del negocio para conocer cuáles son los impactos que hemos logrado en esas 3 dimensiones.

3.¿Qué impactos esperan que estas acciones generen en la ciudad de Medellín?

Sujeto 2: Bueno entonces mira, para la ciudad de Medellín puedes buscar en internet, se llama pacto por la calidad del aire. Nosotros tenemos un montón de compromisos que hemos firmado con muchas entidades, pero específicamente en calidad del aire tenemos un compromiso que se firmó con la alcaldía de Medellín y que firmamos varios signatarios y es promover una mejor calidad del aire y tomar todas las medidas necesarias para que esa calidad del aire mejore. Las primeras son pues nuestras operaciones y es vigilar que nuestras plantas no estén contribuyendo con la mala calidad del aire, para eso aseguramos el cumplimiento legal ambiental. Todas nuestras plantas cumplen con todas las recomendaciones de controles de emisiones y de material particulado que es el que genera el problema de la calidad ambiental. Pero además del pacto por la calidad del aire nos comprometemos a invertir en movilidad sostenible, que nuestra distribución, es decir, que todos los carros que distribuyen nuestros productos ocasionen en el menor impacto posible, en eso lo que ves es carros eléctricos, carros a gas natural, tenemos una flota muy renovada, muy reciente y también tenemos un plan de movilidad empresarial sostenible. Nosotros nos la pasamos a través de las campañas internas haciendo mucha conciencia en nuestros colaboradores para que compartan el carro, para que usen la ruta de la empresa, para que se vayan en bicicleta, creamos muchas plataformas para que nuestros colaboradores digan por ejemplo yo vivo en tal parte y siempre tengo 3 cupos disponibles salgo a las 7 de la mañana de mi casa y regresó a las 5 para quien quiera compartir y en las instalaciones de las empresas tenemos bici parqueaderos y tenemos espacios privilegiados para las personas que comparten su automóvil. Esto lo puedes ver en el capítulo de cambio climático y calidad del aire del informe integrado.

4.¿Cómo validan que se estén dando los resultados esperados y qué resultados han obtenido?

Sujeto 2: Esa respuesta te la da el informe de gestión del negocio, ahí te dice los impactos más importantes que nosotros hemos tenido durante el último año. Para validar nuestros resultados nosotros tenemos por lo menos unas 50 certificaciones en las diferentes plantas y en los diferentes negocios, certificaciones ambientales, certificaciones de responsabilidad social, certificaciones de seguridad y salud en el trabajo, de empresa familiarmente responsable. El montón de certificaciones que tenemos creo que no lo tiene ninguna otra empresa en Colombia y además nuestro informe y toda nuestra gestión es verificada por una firma externa que se llama KPNG y tenemos también la verificación de todos estos monitores de sostenibilidad que yo te cuento, por ejemplo, el Dow Jones, que para uno acceder al Dow Jones tiene que ser una empresa que demuestre que sus resultados han sido certificados de varias maneras.