

Gestión de Sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados
en la ciudad de Pasto

Daniel Esteban Meneses Andrade y David Alexander Montenegro Quiroz

Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Universidad CESMAG

Nota del autor

El presente Trabajo de Grado tiene como propósito cumplir el requisito exigido para optar al título de pregrado como Administrador de empresas en la Universidad CESMAG.

La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al Programa de Administración de empresas de la Universidad CESMAG. Correo electrónico: admon@unicesmag.edu.co

Gestión de Sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados en la
ciudad de Pasto

Daniel Esteban Meneses Andrade y David Alexander Montenegro Quiroz

Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Universidad CESMAG

Asesor: Mg. Luis Eduardo Benavides Pupiales

09 de junio de 2026

Nota de aceptación

Director

Jurado

Jurado

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG

Dedicatoria

Con profunda gratitud y humildad, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible este logro.

En primer lugar, agradecemos a Dios, quien ha sido nuestra guía, fortaleza y compañía en cada paso de este camino. En los momentos de incertidumbre, cansancio o duda, su presencia nos dio la claridad y el ánimo para seguir adelante.

A nuestras familias, gracias por su amor incondicional, apoyo constante y confianza en nosotros. Cada palabra de aliento, cada sacrificio silencioso y cada gesto de cariño fueron fundamentales para llegar hasta aquí. Este triunfo también es de ustedes.

A lo largo de estos años en la universidad, hemos vivido un recorrido lleno de aprendizajes, desafíos y experiencias que nos han transformado no solo como profesionales, sino también como personas. Agradecemos a los docentes, compañeros y amigos que formaron parte de esta etapa. Compartimos muchas horas de estudio, alegrías y dificultades, pero, sobre todo, crecimiento.

Hoy culminamos un capítulo importante en nuestras vidas, pero llevamos con nosotros cada enseñanza, cada recuerdo y cada persona que hizo parte de este proceso.

Con gratitud,

Daniel Esteban Meneses Andrade
David Alexander Montenegro Quiroz

Tabla de Contenido

	Pág.
Descripción.....	12
Introducción	16
Problema de investigación	17
1.1 Tema de investigación.....	17
1.2 Línea de investigación.....	17
1.3 Planteamiento del problema.	17
1.3.1 Formulación del problema.....	18
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo General.	19
1.4.2 Objetivos Específicos.....	19
1.5. Justificación.....	19
Marco Referencial.....	21
2.1 Antecedentes	21
2.2 Marco teórico.	24
3. Metodología	32
3.1 Paradigma	32
3.4 Tipo de investigación	33
3.5 Población y muestra	34
3.5.1 Población.....	34
3.5.2 Muestra.....	35
3.6 Técnicas de recolección de la información	36
4. Resultados de investigación.....	37
4.1 Procesos de comercialización de productos en relación con la sostenibilidad en las tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto	37
4.1.1 Resultados de encuestas dirigidas a los hogares de estrato 3,4,5 y 6 de la ciudad de pasto....	37
4.1.2 Encuestas dirigidas a los comerciantes de tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto.....	52
4.2 Modelos y tipologías de empaques y embalajes que se puedan utilizar en la ciudad de Pasto.	65
4.3 Proponer estrategias de forma eficiente para los procesos de comercialización en tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto.....	72

1. Promover alianzas con proveedores sostenibles y ONGs aprovechando la buena imagen ambiental	74
Inicio.....	74
Desarrollo.....	74
Finalización y Evaluación.....	74
2. Lanzar campañas de concienciación con apoyo institucional	74
Inicio.....	74
Desarrollo.....	74
Finalización y Evaluación.....	75
3. Capacitaciones en sostenibilidad para comerciantes.....	75
Inicio.....	75
Desarrollo.....	75
Finalización y Evaluación.....	75
4. Apoyo económico a tiendas pequeñas para implementar bolsas biodegradables	76
Inicio.....	76
Desarrollo.....	76
Finalización y Evaluación.....	76
5. Contrarrestar la percepción negativa de los clientes sobre el cobro de bolsas.....	76
Inicio.....	76
Desarrollo.....	76
Finalización y Evaluación.....	76
6. Mantener la continuidad de políticas sostenibles.....	77
Inicio.....	77
Desarrollo.....	77
Finalización y Evaluación.....	77
7. Crear programas de fidelización para fomentar el uso de bolsas reutilizables	77
Inicio.....	77
Desarrollo.....	77
Finalización y Evaluación.....	77
8. Fortalecer redes de colaboración entre comerciantes y gobierno	78
Inicio.....	78
Desarrollo.....	78
Finalización y Evaluación.....	78

Conclusiones	79
Recomendaciones	81
Referencias.....	83
Anexos	86

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Estrato	10
Figura 2. Nivel de ingresos mensuales	38
Figura 3. Núcleo familiar	39
Figura 4. Conocimiento del impacto nocivo que generan las bolsas en el medio ambiente.....	39
Figura 5. Frecuencia de compra en tiendas o supermercados en Pasto	40
Figura 6. Reutiliza o desecha las bolsas a la basura	41
Figura 7. En sus compras de víveres en tiendas o supermercados, usted normalmente	41
Figura 8. Conocimiento sobre que es sostenibilidad	42
Figura 9. Uso de bolsas reutilizables al hacer compras	43
Figura 10. Tipo de bolsas que utiliza al momento de realizar sus compras	44
Figura 11. El mal uso de las bolsas plásticas afecta el medio ambiente en Pasto.....	45
Figura 12. Conoce las políticas sobre el uso de bolsas plásticas en tiendas y supermercados	45
Figura 13. Medidas que se deberían implementar en las tiendas y supermercados.....	46
Figura 14. Las leyes sobre bolsas plásticas ayudarán a reducir la contaminación	47
Figura 15. Conocimiento sobre las alternativas a las bolsas plásticas	48
Figura 16. Responsabilidad de tiendas y supermercados en la gestión de la sostenibilidad	49
Figura 17. Acciones que lleva a cabo para reducir el impacto ambiental asociado al uso	50
Figura 18. Contribución para reducir el impacto ambiental de las bolsas plásticas	51
Figura 19. Tipo de establecimiento.....	52
Figura 20. En qué año su establecimiento implemento reducción o cobro de bolsas plásticas...	53
Figura 21. Medidas que ha implementado su establecimiento para reducir el uso de bolsas.....	53
Figura 22. Tamaños de bolsas usadas con mayor frecuencia.....	54
Figura 23. Informa sobre la normativa y la importancia de reducir el uso de bolsas plásticas ...	55
Figura 24. Reacción de los clientes al solicitarles pagar o traer sus propias bolsas	56
Figura 25. Tipo de bolsas plásticas que ofrecen	56
Figura 26. Quejas sobre la falta de bolsas plásticas o cobro de estas	57
Figura 27. Disminución de ventas debido a la implementación de la normativa de bolsas	58
Figura 28. Realiza algún tipo de reciclaje de las bolsas plásticas usadas	59
Figura 29. Alternativas para disminuir la percepción negativa de los clientes.....	59
Figura 30. El apoyo del gobierno ha sido suficiente para implementar estas normas	60

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Hogares por Estrato de la Ciudad de Pasto.....	33
Tabla 2. Datos para calcula la muestra.....	33
Tabla 3. Datos para calcular la muestra.....	34
Tabla 4. Matriz MEFI.....	59
Tabla 5. Matriz MEFE.....	60
Tabla 6. Matriz DOFA.....	62
Tabla 7. Empaques y embalajes.....	64
Tabla 8. Plan de acción.....	71

Lista de anexos

Pág.

Anexo A. Encuesta dirigida a los hogares que consumen productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto.....	72
Anexo B. Encuesta dirigida a los comercializadores de productos de tiendas y supermercados en la ciudad Pasto	76

Resumen Analítico de Estudio (RAE)

Programa académico: Administración de empresas

Fecha de elaboración del RAE: 18 de septiembre de 2025

Autores de la investigación: Daniel Esteban Meneses Andrade

David Alexander Montenegro Quiroz

Asesor: Luis Eduardo Benavides

Jurados: Claudia Magali Solarte Solarte

Jairo Roberto Zambrano Hinestroza

Título: Gestión de la sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados en la ciudad de pasto

Palabras claves: Sostenibilidad, bolsas plásticas, comercialización, supermercados, estrategias, medio ambiente.

Descripción

El presente trabajo de investigación aborda la problemática del uso indiscriminado de bolsas plásticas en tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto. Se busca desarrollar estrategias de comercialización sostenibles que contribuyan a disminuir el impacto ambiental generado por este material, fomentando prácticas responsables y alternativas ecológicas entre consumidores y comerciantes. La investigación analiza los procesos actuales de comercialización, la percepción de los consumidores y las medidas implementadas por los establecimientos, proponiendo soluciones prácticas y sostenibles.

Contenido

Capítulo 1. Problema de investigación

expone la preocupación por el uso indiscriminado de bolsas plásticas en la ciudad de Pasto y los efectos negativos que estas generan en el medio ambiente. Se muestra cómo la acumulación de estos residuos afecta suelos, ríos y ecosistemas, y se revisan las normativas que han intentado mitigar el problema, como la Resolución 668 de 2016 y la Ley 2232 de 2022. A

partir de este contexto, se formula la pregunta de investigación sobre qué estrategias de comercialización sostenibles se pueden implementar en Pasto, se establecen objetivos claros y se justifica la necesidad del estudio como un aporte a la conciencia ambiental y a la adopción de alternativas ecológicas.

Capítulo 2. Marco Referencial

Presenta una revisión de investigaciones previas y experiencias en torno a la reducción del uso de plásticos. Se incluyen antecedentes internacionales, como los impuestos aplicados a bolsas en Cusco (Perú), nacionales, como la evaluación de alternativas biodegradables en Bogotá, y regionales, con proyectos de emprendimiento social en Pasto. Además, se desarrolla un marco teórico sobre sostenibilidad, estrategias de comercialización, responsabilidad social corporativa y políticas ambientales en Colombia, lo que permite comprender las posibilidades y retos de adoptar modelos de consumo más responsables y sostenibles.

Capítulo 3. Metodología

Se describe el diseño adoptado para el estudio, que corresponde a un enfoque cuantitativo dentro del paradigma positivista y con un método empírico-analítico. Se define la investigación como descriptiva y se explica que la población estuvo conformada por 793 establecimientos comerciales y 43.420 hogares de Pasto, de los cuales se tomó una muestra de 86 comercios y 96 hogares. La información se recopiló principalmente mediante encuestas dirigidas tanto a consumidores como a comerciantes, apoyadas en fuentes documentales.

Capítulo 4. Resultados

Describe los hallazgos de las encuestas aplicadas a hogares y comerciantes en Pasto, expone los hallazgos del trabajo de campo. En los hogares encuestados, se evidenció un alto nivel de conciencia sobre el daño ambiental de las bolsas plásticas, aunque un bajo conocimiento del concepto de sostenibilidad. La mayoría reutiliza las bolsas, aunque todavía persiste su uso frecuente. Los consumidores valoran más las medidas que ofrecen incentivos económicos o el uso de bolsas biodegradables, mientras que muestran menor interés por campañas de sensibilización.

Metodología: Está conformada por:

Paradigma: Positivista (cuantitativo-empírico).

Enfoque: Cuantitativo.

Método: Empírico-analítico.

Tipo de investigación: Descriptiva.

Población: 793 establecimientos comerciales y 43.420 hogares de Pasto.

Muestra: 86 establecimientos y 96 hogares.

Técnicas de recolección: Encuestas a comerciantes y hogares, consulta de fuentes primarias, secundarias y terciarias.

Conclusiones

1. Existe una alta conciencia en la población de Pasto sobre el impacto ambiental de las bolsas plásticas, pero aún persiste un bajo nivel de conocimiento sobre sostenibilidad y alternativas ecológicas.
2. Las estrategias más aceptadas por los consumidores son los incentivos económicos, como descuentos por llevar bolsas reutilizables, y la sustitución de bolsas plásticas por biodegradables.
3. La normativa vigente ha impulsado cambios en los establecimientos; sin embargo, la comunicación hacia los clientes sobre estas medidas sigue siendo limitada.
4. La sostenibilidad representa una oportunidad para la diferenciación de tiendas y supermercados en Pasto, fortaleciendo su imagen y compromiso ambiental.

Recomendaciones

1. Implementar campañas educativas y de sensibilización en tiendas y supermercados sobre el impacto ambiental del plástico y el uso de alternativas sostenibles.
2. Fomentar el uso de bolsas reutilizables y biodegradables mediante incentivos económicos.
3. Mejorar la comunicación entre los establecimientos y los consumidores respecto a la normativa vigente y los beneficios de adoptar prácticas sostenibles.
4. Establecer alianzas con entidades públicas y privadas para fortalecer programas de reciclaje y economía circular.
5. Promover la Responsabilidad Social Corporativa en los comercios de Pasto como un eje diferenciador.

Referencias

- BBVA. (2024). ¿Cuánto tarda en desaparecer una bolsa de plástico? recuperado de: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/cuanto-tarda-en-desaparecer-una-bolsa-de-plastico/>
- Ciro Ríos, L. S., (2006). la teoría y su función en los tres modelos de investigación. *Anáfora*, 13(20), 66-76.

<https://www.redalyc.org/pdf/3578/357835619004.pdf>

Daly, H. E. (1996). Beyond growth: The economics of sustainable development. Beacon Press.

<https://archive.org/details/beyondgrowth00herm/page/248/mode/2up>

Ecologiapedia. (2024). ¿Qué es la sostenibilidad? Definición, conceptos y ejemplos. Conocimiento Para Un Mundo Sostenible.

<https://ecologiapedia.com/que-es-la-sostenibilidad-definicion-conceptos-y-ejemplos/>

Editorial Atecé. (2021, Julio 16). Educación Ambiental - Concepto, funciones, objetivos, importancia. Concepto.

<https://concepto.de/educacion-ambiental/>

Economía circular. Gov.Co. (2024) consumo sostenible.

<https://economiacircular.minambiente.gov.co/index.php/transicion-a-la-economia-circular/consumo-sostenible/>

Economía circular. Gov.Co. (2024) plan nacional de negocios verdes

<https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/plan-nacional-de-negocios-verdes/>

Greenpeace México. (2019). Tirando el futuro: las empresas ofrecen falsas soluciones a la contaminación por plásticos - Greenpeace México.

<https://www.greenpeace.org/mexico/publicacion/3356/tirando-el-futuro-las-empresas-ofrecen-falsas-soluciones-a-la-contaminacion-por-plasticos/>

Greenpeace Colombia. (2019). Situación actual de los plásticos en Colombia y su impacto en el ambiente.

<https://clinicamasp.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/Informe-Final-Completo-Pl%C3%A1sticos-GREENPEACE.pdf>

Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación.

<https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>

Anexos: El trabajo incluye anexos con encuestas aplicadas a hogares y comerciantes.

Introducción

Los problemas ambientales son la mayor preocupación en este siglo XXI, el uso indiscriminado de bolsas plásticas ha generado un impacto ambiental significativo a nivel global. Estas bolsas, a menudo utilizadas una sola vez y desechadas, contribuyen a la contaminación de océanos, ríos y suelos, afectando gravemente el medio que nos rodea.

Las bolsas plásticas tienen algunos problemas únicos. Si bien sus costos ambientales son dispendiosos para las personas y el planeta. Hechas de etileno, un subproducto del petróleo o del gas natural, las bolsas de plástico son tan baratas y frágiles que diariamente fabrican millones de toneladas en el mundo y a cambio la mala manipulación de este producto hace que las cosas sean más graves, Como resultado los compradores terminan con montones de bolsas de plástico perjudicando un lugar y amenazando con apoderarse de otro. Uno de los problemas más grandes que tienen es que son muy difíciles de reciclar tanto que generalmente no se reciclan con suerte y terminan en un relleno sanitario, pero lo más normal que terminen en el mar u otro ecosistema. Incluso cuando se desechan de forma adecuada, las bolsas de plástico son tan ligeras y livianas que el viento las puede recoger y transportar fácilmente. Pueden escapar de los contenedores de basura, papeleras de reciclaje, camiones de basura y vertederos, y terminan ensuciando el paisaje. En la calle, en los árboles, obstruyendo los desagües pluviales (costando a los municipios millones en costos de limpieza) incluso haciendo su salida al mar, persisten en el medio ambiente causando daños durante mucho tiempo.

Si bien ha existido normas y leyes en muchos países para combatir este fenómeno, que no han sido suficientes para reducir el impacto que hoy en día enfrentamos, la presente investigación tiene como propósito generar más conciencia y disminuir la ignorancia para mejorar nuestro entorno y hacer de este mundo, un mundo mucho más sostenible. Específicamente, se enfoca en la creación de estrategias que permitan reducir el efecto ambiental que se deriva del uso inadecuado de la bolsa plástica en supermercados y tiendas de la ciudad de Pasto.

Problema de investigación

1.1 Tema de investigación

Gestión de la sostenibilidad en el proceso de la comercialización de bolsas plásticas.

1.2 Línea de investigación

La presente investigación está relacionada con Gestión y Competitividad ya que busca crear estrategias que permitan reducir el efecto ambiental que se deriva del uso inadecuado de la bolsa plástica en la ciudad de Pasto. Esta investigación adoptará un enfoque explorativo debido a la necesidad de recopilar datos con diferentes herramientas como encuestas. Los resultados obtenidos permitirán implementar estrategias innovadoras para mitigar el impacto de las bolsas plásticas en la ciudad de Pasto, mejorando los procesos de comercialización y promoviendo el cuidado del medio ambiente.

1.3 Planteamiento del problema.

“El uso de bolsas plásticas representa una amenaza significativa para el medio ambiente y la salud humana. Para que una bolsa se degrade son necesarios 55 años y aproximadamente 500 años para que lo haga una botella del mismo material” (BBVA, 2024). Todo ese tiempo permite que sus químicos saturen los suelos de la ciudad, son bastantes los lugares donde yace la basura, que gran porcentaje corresponde a las bolsas plásticas.

El plástico: resistente, poco pesado y barato contempla BBVA (2024):

que es casi esencial en industrias como el envasado, los bienes de consumo del hogar, la construcción o la automoción. Se estima que su producción global anual ha aumentado de 2 a 380 millones de toneladas desde 1950. Se espera que se duplique para 2035 y casi se cuadruplique para 2050, según datos recogidos por la Confederación Europea de Industrias de Reciclado (EURIC).

Se evidencia que gran porcentaje del plástico producido es utilizado por los diferentes sectores económicos para empaque, logrando un importante aporte a la generación de residuos sólidos a nivel global; Por lo tanto, es crucial abordar este problema y desarrollar estrategias efectivas para reducir su impacto ambiental.

En el mundo se produjeron en 2022 un total de 390,7 millones de toneladas de plásticos. Un 44% se usan en la industria del envasado y el empaquetado; un 18% en la construcción y un 8% en el sector de la automoción.

Una alternativa para evitar este alto nivel de contaminación es optar por el reciclaje. Aunque esto no es una tarea fácil, ya sea por la falta de cultura en muchos países, o porque resulta complicado separar el plástico y los micro plásticos que componen determinados artículos.

Además, se sabe que la bolsa plástica es un material con baja tasa de reciclaje y una vida útil muy corta, que por la falta de información y conocimiento trae como consecuencia esta afectación.

Ante la falla de este problema el gobierno nacional busca estrategias que puedan mitigar este gran impacto como es el uso responsable de la bolsa plástica por medio de la Resolución 668 del 2016 en donde se reglamenta el uso de la bolsa plástica cobrando un impuesto sobre el uso de cada unidad, con el fin de desincentivar el uso y promover no solo el reciclaje, sino que además el uso de bolsas reutilizables.

A pesar de la implementación de esta norma, son bastantes las bolsas que por día se producen y se distribuyen por la ciudad de pasto como resultado aparece la nueva Ley 2232 de 2022 que prohíbe la distribución de plásticos de un solo uso, que entro en rigor el pasado 7 de julio de 2024 y pretende que todos los plásticos que se fabriquen en el país a 2030 sean reutilizables o reciclables.

En realidad, serán suficientes estas alternativas que ha planteado el gobierno nacional frente a esta situación y tratar de frenar el impacto que tiene el mal uso de este producto o que otras alternativas se pueden dar, por esta razón se busca analizar y crear estrategias para reducir el impacto y mejorar la calidad de vida adquiriendo nuevos hábitos.

1.3.1 Formulación del problema.

¿Qué estrategias de comercialización sostenibles se deberán implementar en la ciudad de Pasto para disminuir el impacto ambiental generado por el uso de las bolsas plásticas?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General.

Desarrollar estrategias de comercialización sostenibles en la ciudad de Pasto para disminuir el impacto ambiental generado por el uso de bolsas plásticas, promoviendo prácticas responsables y alternativas ecológicas entre los consumidores y comerciantes.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Determinar los procesos de comercialización de productos en relación con la sostenibilidad en las tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto.
- Identificar diferentes modelos y tipologías de empaques y embalajes que se puedan utilizar en la ciudad de Pasto.
- Proponer estrategias de forma eficiente para los procesos de comercialización en tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto

1.5. Justificación

La sostenibilidad es un tema crucial que en este tiempo tiene mucha importancia, en un mundo donde el cuidado del medio ambiente es lo fundamental para cambiar malos hábitos que han perjudicado fatalmente los habitantes de la tierra.

De acuerdo con ONU (2021):

Una reducción drástica del plástico innecesario, evitable y problemático es crucial para enfrentar la crisis global de contaminación, según una evaluación exhaustiva publicada hoy por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Enfatiza que los plásticos también son un problema climático. Utilizando un análisis del ciclo de vida, se estimó que en 2015 los plásticos estuvieron relacionados con la producción de 1,7 gigatoneladas de CO₂ equivalente (GtCO₂e), y se proyecta que para 2050 esta cifra aumente a aproximadamente 6,5 GtCO₂e —15% del presupuesto mundial de carbono.

La creciente amenaza de la contaminación por los plásticos hace necesario encontrar una alternativa sostenible que ayude en la restauración de un ambiente sano y permita que los recursos naturales no sufran más daños.

Estimaciones muestran que el 80% de la población a nivel mundial vive en las ciudades y en las últimas décadas las áreas urbanas se han convertido en centros de hiperconsumo de bienes y servicios con el fin de suplir las necesidades de todos los consumidores.

Según Greenpeace (2019):

Las tasas de consumo actuales de plásticos dentro de las ciudades son insostenibles, por lo tanto, uno de los actores claves dentro del ciclo de vida de plástico son los consumidores finales por eso se trata de convertir a los consumidores en agentes de cambio y punto de referencia para generar una revolución de lo reducible, reusable y reciclable. Todos estos cambios pueden ser posibles, entre otras razones, por la implementación de políticas de prohibición de plásticos y cambios en los hábitos de consumo de los consumidores.

Esta investigación pretende crear conciencia y plantear estrategias de comercialización de bolsas plásticas utilizadas por los habitantes de la ciudad de pasto, impulsar este tipo de iniciativas, normativas y leyes que en su mayoría pretende cuidar y mejorar el planeta que es de todos.

Marco Referencial

2.1 Antecedentes

Antecedente Internacional

La investigación “Impuesto al consumo de las bolsas plásticas, su impacto financiero y tributario en supermercados cusco año 2021” cuyo objetivo general es “Determinar como el impuesto al consumo de las bolsas plásticas impacta financiera y tributariamente en los supermercados de Cusco, año 2021” y sus objetivos específicos son los siguientes:

- Identificar como el impuesto al consumo de las bolsas plásticas impacta financieramente en los supermercados de Cusco, año 2021.
- Precisar como el impuesto al consumo de las bolsas plásticas impacta tributariamente en los supermercados de Cusco, año 2021.

Las principales conclusiones son:

El objetivo del impuesto es desestimular el uso de la bolsa plástica en los puntos de pago, con lo cual se espera reducir los impactos ambientales asociados con los residuos generados por las bolsas después de que dejan de usarse. Es alcanzar el derecho que tiene toda persona a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida, reduciendo para ello el impacto adverso del plástico de un solo uso.

Aportes:

Este trabajo de investigación aporta el estudio del impuesto sobre las bolsas plásticas permite analizar cómo las medidas económicas pueden ser efectivas para reducir el uso de productos dañinos para el medio ambiente. Permite comparar el impuesto con otras estrategias de reducción de residuos plásticos, como la prohibición total de bolsas plásticas, incentivos para alternativas sostenibles o campañas. El análisis del impacto del impuesto ofrece información valiosa sobre cómo diseñar políticas públicas basadas en evidencia, incluyendo los desafíos y éxitos asociados con su implementación o también cómo los ingresos generados por el impuesto pueden ser utilizados para financiar programas de gestión de residuos, educación ambiental, o incentivos para alternativas sostenibles.

Antecedente Nacional

La investigación “Evaluación ambiental de alternativas para sustituir las bolsas plásticas por biodegradables en las grandes superficies de Bogotá en el año 2021” cuyo objetivo general es “Identificar la mejor alternativa de bolsa biodegradable existente en el mercado para ser utilizada en las grandes superficies ubicadas en la ciudad de Bogotá que contribuya en la disminución del impacto ambiental generado por el uso de la bolsa plástica” y sus objetivos específicos son:

- Examinar las alternativas de bolsas biodegradables utilizadas en las grandes superficies de ciudades del mundo y sus resultados en el impacto ambiental durante los últimos cinco años.
- Conocer la percepción de expertos ambientales y directivos de las grandes superficies de la ciudad de Bogotá frente a las alternativas de uso de bolsas biodegradables y sus resultados en la disminución del impacto ambiental generado por el uso de la bolsa plástica.
- Identificar la alternativa de bolsa biodegradable con mayor incidencia en la disminución del impacto ambiental que debe utilizarse en las grandes superficies de Bogotá, a partir de los resultados obtenidos en los objetivos específicos 1 y 2.

Las principales conclusiones son:

“Se identificó la comercialización de 3 tipos de bolsas de base biológica, que por su composición y tipo de degradación podría ser probables como alternativa, pero se desconoce sus impactos al medio ambiente y ACV; estas son: Bolsa de almidón de yuca, que se desintegran al contacto con el agua; las bolsas de escama de pescado compactas y la bolsa de fique que se fabrica de manera artesanal en Colombia”.

Aportes:

Este trabajo de investigación permitirá evaluar distintos tipos de bolsas de base biológica, destacando la variedad de soluciones disponibles para reemplazar las bolsas plásticas convencionales. Cada tipo de bolsa presenta características específicas en términos de biodegradabilidad, sostenibilidad y aplicabilidad, ofreciendo alternativas para un consumo más responsable y amigable con el medio ambiente.

Además, estudiar las bolsas de almidón de yuca, escama de pescado y fique ayuda a entender cómo cada material afecta al medio ambiente, en términos de producción como descomposición, también el conocimiento claro de estos tipos de bolsas puede incentivar la innovación en la industria del embalaje y en el desarrollo de nuevos materiales más sostenibles. Analizar las ventajas y desventajas de cada tipo de bolsa puede contribuir a desarrollar estrategias para su implementación efectiva y su aceptación en el mercado lo que es fundamental en este trabajo de grado.

Antecedente regional

El “Proyecto de emprendimiento social Contaminación del Medio Ambiente con Bolsas Plásticas en el año 2019 en la ciudad de Pasto” cuyo objetivo general es mitigar los factores de contaminación ambiental, a través del diseño de un proyecto de emprendimiento social, orientado a la masificación del consumo de bolsas fabricadas en materiales renovables, biodegradables y reciclable, sus objetivos específicos son los siguientes:

- Identificar la problemática social generada por el consumo de bolsas plásticas y plantear las acciones de innovación social, orientadas a la transformación hacia el consumo de bolsas biodegradables.
- Crear el concepto “bolsas biodegradables” como un producto capaz de proyectar innovación, creación y transformación medio ambiental, que satisfaga las necesidades de los consumidores, utilizando para ello el modelo Design Thinking.
- Definir las estrategias de mercado a implementar para la incursión y colocación del producto “bolsas biodegradables” como una alternativa diferenciadora y transformadora en el mercado local y nacional.
- Diseñar la marca, el eslogan y el plan marketing digital, para el proyecto de emprendimiento social “bolsas biodegradables”, que permita la masificación y comercialización de los productos y servicios en el mercado objetivo.

Las principales conclusiones son:

Afortunadamente cada día hay más compromiso por reducir el calentamiento global y esto hace que se busquen alternativas de solución, en la comercialización de la bolsa ecológica se

encuentra una idea de negocio productiva por su buena acogida, se está implementando en los grandes supermercados, en pequeñas tiendas en las despensas populares, que los clientes lleven su bolsa para las compras, les ofrecen beneficios para que lo hagan, hay gran potencial de clientes la idea de negocio se convierte en económicamente rentable.

Existe gran compromiso e interés por apoyar proyectos de emprendimiento social y solidario que contribuyan con el mejoramiento del medio ambiente, este tema es muy sensible lo que facilita el camino para promocionar las bolsas ecológicas, en la actualidad los supermercados están cobrando a los usuarios impuesto a la bolsa haciendo que sus clientes se decidan por utilizar y llevar las bolsas para transportar sus productos.

Aportes:

Este trabajo de grado aportará a la investigación actividades económicas mediante el desarrollo de nuevas alternativas que beneficiara no solo a los ciudadanos sino también a la reducción del impacto que tiene el mal uso de las bolsas plásticas a través de la creación de bolsas renovables, biodegradables y reciclables que en general aportara riqueza y beneficio social como: reducción de residuos plásticos ya que tratan muchos años en descomponerse, el Reciclaje Eficiente ya que el mismo material sirve para fabricar nuevos productos, conciencia y educación ambiental ya que aumenta la conciencia sobre la importancia de reducir reutilizar y reciclar impulsando cambios a una práctica más sostenible y por ultimo crea innovación por parte de las fábricas al querer producir bolsas con diferentes compuestos que ayuden a mejorar el medio en que vivimos.

2.2 Marco teórico.

Las grandes superficies en el mundo son consideradas como una de las actividades económicas que tienen uno de los mayores usos de bolsas plásticas como empaque de los productos que comercializan, por tal razón se hace vital buscar alternativas amigables con el ambiente que puedan ser utilizadas por parte de estos negocios.

En este contexto, es esencial adoptar estrategias que promuevan la sostenibilidad, un concepto que se refiere a satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.

¿Qué es la sostenibilidad?

La sostenibilidad es un enfoque integral que busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las de futuras generaciones. Se basa en el equilibrio entre el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental. Conceptos como el desarrollo sostenible, la economía circular y las energías renovables son fundamentales. En la práctica, esto se refleja en iniciativas como la agricultura sostenible, la construcción verde y la movilidad sostenible. Adoptar prácticas sostenibles no solo protege el medio ambiente, sino que también promueve la eficiencia, reduce costos y mejora la calidad de vida.

Según Daly (1996):

la sostenibilidad implica la economía de una sociedad que opera dentro de los límites ecológicos del planeta. La sostenibilidad es vista como una necesidad de crear un sistema económico que no agote los recursos naturales

en la sostenibilidad se busca crear un sistema económico que utilice los recursos naturales de manera responsable, de forma que no se agoten ni se dañen a largo plazo. La sostenibilidad trata de equilibrar el crecimiento económico con la protección del entorno, asegurando que las futuras generaciones también puedan disfrutar de esos recursos.

¿Qué es una estrategia de sostenibilidad?

Una estrategia de sostenibilidad es un plan completo y orientado por objetivos que una organización desarrolla para incorporar consideraciones ambientales, sociales y de Gobierno (ESG) en sus operaciones, toma de decisiones y cultura empresarial. Esta estrategia tiene como objetivo principal alinear las prácticas y metas de la empresa con los principios de sostenibilidad. (Kaisen,2024).

En el caso de las bolsas plásticas, la educación ambiental, la regulación, innovación en materiales y la promoción de alternativas sostenibles son temas fundamentales que van a permitir enfrentar este problema y por medio de sus estrategias, ayudaran a mitigar el uso desmesurado.

Procesos de Comercialización y Sostenibilidad

La comercialización sostenible se refiere a la integración de prácticas que promueven el bienestar social, económico y ambiental en los procesos de comercialización. Según Kotler y

Keller (2016), el marketing sostenible busca no solo satisfacer las necesidades del consumidor, sino también contribuir a la sostenibilidad del entorno. Esto implica un ciclo continuo de investigación, desarrollo y evaluación de productos que minimicen su impacto ambiental.

- **Investigación de Mercado:** Analizar las necesidades de los consumidores respecto a productos sostenibles y evaluar el impacto ambiental de los productos ofrecidos. Realizar encuestas para entender la demanda de productos ecológicos.
- **Desarrollo de Producto:** Crear productos que utilicen materiales sostenibles, que sean biodegradables o que tengan una huella de carbono reducida. Innovar en envases reciclables o en el uso de ingredientes orgánicos.
- **Estrategia de Precio:** Establecer precios que reflejen los costos de producción sostenibles y al mismo tiempo sean accesibles para el consumidor. Considerar el costo de materiales reciclados en el precio final.
- **Promoción:** Comunicar los beneficios ambientales de los productos a través de campañas publicitarias y estrategias de marketing. Utilizar certificaciones y el marketing ecológico en la publicidad para atraer consumidores conscientes del medio ambiente.
- **Distribución:** Seleccionar canales de distribución que minimicen el impacto ambiental, como el uso de las plataformas online, campañas de conciencia, organismos ambientales, medios de transporte eléctricos etc.
- **Postventa y Reciclaje:** Fomentar prácticas de reciclaje y devolución de productos al final de su vida útil.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el Sector Comercial

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector comercial representa un conjunto de prácticas y políticas empresariales orientadas hacia la sostenibilidad social, ambiental y económica de las operaciones. En el contexto de tiendas y supermercados, la RSC se centra en mejorar las relaciones con la comunidad, promover prácticas de consumo responsable y reducir el impacto ambiental generado por sus actividades.

Según Carroll (1991), expresa lo siguiente:

la RSC se divide en cuatro niveles: responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica. En donde la parte económica se refiere a que el negocio debe tener como uno de sus objetivos lograr utilidades. En el nivel legal, se debe respetar cabalmente lo que la sociedad ha definido como bueno y malo en la ley. En cuanto al aspecto ético, se trata de actuar con justicia, haciendo lo correcto, evitando hacer daño. Por último, la filantropía es la contribución a la comunidad y la mejora en la calidad de vida, en forma pragmática y gerencial, la empresa con responsabilidad social corporativa debe reportar utilidades financieras, cumplir con la ley, ser ética y buena ciudadana corporativa.

En este marco, las empresas comerciales, incluyendo tiendas y supermercados, buscan no solo la rentabilidad económica, sino también contribuir positivamente a la sociedad.

En la ciudad de Pasto, los establecimientos comerciales que conforman la asociación de la RSC en su administración suelen impulsar iniciativas en torno a la eficiencia energética, la disminución de residuos, técnicas de reciclaje y respaldo a los productores locales. Esto, a su vez, refuerza su imagen ante los clientes, quienes cada vez valoran más los productos que demuestran un compromiso auténtico con la sostenibilidad.

La RSC también contempla la transparencia y la ética en la cadena de suministro, asegurando que los productos comercializados procedan de fuentes responsables. De este modo, las tiendas y supermercados de Pasto pueden consolidar su reputación y posicionarse como líderes de sostenibilidad en la región.

Políticas sostenibles en Colombia

En Colombia, la sostenibilidad ha cobrado relevancia en los últimos años, impulsada por políticas y normativas que buscan promover prácticas sostenibles en diferentes sectores, incluyendo el comercial, unas de las políticas son:

Economía circular

La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende lo que implica disminuir los residuos al mínimo. Cuando un producto

finaliza su existencia, sus materiales permanecen dentro de la economía siempre que sea posible debido al uso de materiales reciclados. Estos pueden ser utilizados de manera efectiva una y otra vez, generando así un valor adicional. (Parlamento Europeo, 2023, p. 1)

Producción y Consumo Sostenible (PCS)

Consiste en adoptar medidas que fomenten la transformación de los patrones de producción hacia unos más sostenibles, fomenten el uso adecuado de recursos naturales y fomenten estilos de vida sostenibles, que pueden definirse como aquellas actividades que se llevan a cabo en la actualidad, tales como la alimentación, recreación, movilidad y compras, con el fin de reducir los impactos negativos que puedan surgir en el entorno (Minambiente, 2024).

Esta normativa facilita que empresas comerciales en Pasto, desde grandes supermercados hasta tiendas de menor escala, implementen políticas que contribuyan a un consumo responsable y sostenible.

Dentro de sus objetivos estratégicos, fomenta el uso de etiquetas ambientales, como el Sello Ambiental Colombiano, una etiqueta tipo I que posibilita la diferencia entre los productos que tienen un rendimiento ambiental más elevado y brinda a los consumidores información precisa y no engañosa.

Plan Nacional de Negocios Verdes

Este programa busca fortalecer empresas sostenibles que contribuyen al uso responsable de recursos y a la protección del medio ambiente. Promueve el crecimiento de negocios que respeten el entorno natural y generen empleos verdes.

La visión estratégica del Plan Nacional de Negocios Verdes establece que para el 2025, los Negocios Verdes se establecerán y fortalecerán como un nuevo sector estratégico con repercusión en la Economía Nacional.

¿Qué es la Educación Ambiental?

“La educación ambiental es la formación programática de individuos conscientes y responsables de su entorno ecológico, dotados de los conocimientos, capacidades y actitudes necesarios para entender y resolver las problemáticas ambientales de su comunidad” (Enciclopedia concepto, 2024).

Generar más conciencia y disminuir la ignorancia es importante para entender los efectos de las bolsas plásticas esto podría generar la modificación de diferentes comportamientos y usos del plástico.

Regulaciones y Políticas Públicas

Las políticas públicas que restringen o gravan el uso de bolsas plásticas son efectivas para reducir su consumo, incluyen la prohibición total o la implementación de tarifas que desincentiven su uso como las que se van a presentar a continuación.

Para utilizar las bolsas plásticas con más responsabilidad y el compromiso social y ambiental nació la Resolución 668 del 2016 pretendió cobrar un impuesto al uso de la bolsa plástica.

La ley 2232 de 2022 establece la eliminación de 21 productos plásticos de un solo uso, los cuales se dejarán de producir y comercializar desde el 7 de julio de 2024, iniciando con ocho productos y llegando al 2030 con la eliminación total de 21 productos plásticos.

Innovación de materiales

El desarrollo de alternativas biodegradables y comportables puede reducir el impacto ambiental de las bolsas plásticas. La investigación en bioplásticos y otros materiales sostenibles está en auge y ofrece soluciones a largo plazo alguno ejemplos son:

La Universidad de Lund en Suecia desarrolló un termoplástico hecho a partir de cáscaras de papa que se degrada en sólo dos meses; empresas especializadas en biotecnología han desarrollado envases comestibles creados a partir de extracto de algas marinas cuyo proceso de degradación es de seis semanas; incluso, compañías cerveceras están sustituyendo los anillos de plástico utilizados para contener latas de cerveza por un material derivado del trigo y la cebada que puede ser ingerido sin causar ningún daño (ONU, 2018).

Otro ejemplo de sustitución del material plástico es el experimento desarrollado por los investigadores del Instituto Italiano de Tecnología en Génova, quienes están generando nuevos materiales de base biológica y fácil degradación a partir de residuos vegetales comestibles, como el perejil, los tallos de espinacas y las cáscaras de arroz o cacao (IIT, 2018).

Greenpeace actualmente lidera la campaña “La revolución de reutilizar” con la cual se busca dar respuestas y soluciones reales e innovadoras en donde el foco es el uso y la reutilización de materiales como, por ejemplo: algodón, telas orgánicas, vidrio, que son materiales amigables con el medio ambiente, en vez del plástico.

Tipologías de Empaques y Embalajes Sostenibles

- Biodegradables: estos empaques se descomponen de manera natural a través de microorganismos, reduciendo la acumulación de residuos. Como bolsas de almidón de maíz utilizadas en productos de alimentos orgánicos.
- Reciclables: diseñados para ser reutilizados o reciclados, estos empaques minimizan el impacto ambiental al final de su vida útil. Como envases de cartón para bebidas, que pueden ser reciclados en su totalidad.
- Comestibles: hechos de ingredientes alimenticios, estos empaques son seguros para el consumo y ayudan a reducir los desechos. Como envolturas de algas utilizadas para sushi o recubrimientos comestibles en frutas.
- Inteligentes: integran tecnología para monitorear la frescura y calidad del producto, lo que puede disminuir el desperdicio de alimentos. Etiquetas que cambian de color para indicar la frescura de productos lácteos.
- Minimalistas: se centran en reducir el uso de materiales, manteniendo solo lo esencial para la protección del producto. Como los recipientes que se utilizan en la venta de huevos.

Retos y Oportunidades para la Sostenibilidad en Tiendas y Supermercados

Los retos para la sostenibilidad en tiendas y supermercados de Pasto incluyen:

- Infraestructura y tecnología: la implementación de prácticas sostenibles requiere inversión en tecnología para la gestión eficiente de energía, reciclaje y reducción de residuos. No todos los establecimientos cuentan con los recursos necesarios para este tipo de inversiones, lo cual puede ser un obstáculo importante.
- Conciencia y cultura empresarial: la falta de conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en algunos niveles empresariales y entre los empleados puede dificultar la adopción

de prácticas sostenibles. Es fundamental capacitar al personal y promover una cultura empresarial orientada hacia la sostenibilidad.

- Costos de implementación: las prácticas sostenibles, aunque beneficiosas a largo plazo, pueden tener un costo inicial elevado. Esto representa un reto, especialmente para pequeños comercios que pueden no tener la capacidad financiera para invertir en tecnología sostenible o certificaciones ambientales.

Por otro lado, existen diversas oportunidades para el sector:

- Crecimiento de consumidores conscientes: cada vez más, los consumidores en Pasto valoran la sostenibilidad y están dispuestos a apoyar tiendas y supermercados que se comprometan con estas prácticas. Esto representa una oportunidad para atraer a un mercado en crecimiento y fortalecer la lealtad del cliente.

- Acceso a incentivos y beneficios: el gobierno colombiano ofrece incentivos para las empresas que implementen prácticas sostenibles. Estas oportunidades de financiamiento o exenciones fiscales pueden hacer más asequible la adopción de iniciativas sostenibles en las tiendas y supermercados.

- Diferenciación en el mercado: las prácticas sostenibles se convierten en un elemento diferenciador frente a la competencia. Las tiendas y supermercados de Pasto que lideren en sostenibilidad pueden destacarse en el mercado, mejorando su imagen y atrayendo a consumidores que priorizan la responsabilidad ambiental.

3. Metodología

3.1 Paradigma

La investigación pertenece al paradigma positivista, también llamado (cuantitativo, empírico-analítico, racionalista) busca explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar teorías y leyes para regular los fenómenos; identificar causas reales, temporalmente precedentes o simultáneas

Según Fourez (1996: 10-11):

Este paradigma se ubica dentro de la teoría positivista: el positivismo presenta tres características que le son propias: una ideología de la intermediación, es decir, una creencia en la posibilidad de un contacto directo. Con lo real, sin que ninguna interpretación sea hecha, en segundo lugar, la existencia de una ideología de la universalidad neutra; esto quiere decir una creencia en una ciencia objetiva y neutra, que, cuando se practica correctamente, sería universal e independiente de todo punto de vista. Y finalmente una ideología de la verdad, reflejo del mundo real, tal como es. Desde este punto de vista, el positivismo ve la verdad como un enfoque donde lo real existe y se le descubre. Bajo esta concepción todos los fenómenos de investigación serían mensurables y clasificables. Lo anterior deja comprender que el medio ambiente puede ser manipulable.

Por lo anterior, la investigación sobre Gestión de la sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto se relaciona con la aplicación de los principios positivistas a la reducción del impacto ambiental de las bolsas plásticas en Pasto sugiere un enfoque basado en datos empíricos y observaciones directas. La recolección de datos precisos y la evaluación objetiva son cruciales para diseñar estrategias efectivas. Además, las políticas deben ser fundamentadas en evidencias universales y aplicables, y deben reflejar con precisión la realidad del problema ambiental. Este enfoque asegura que las estrategias sean tanto efectivas en la práctica como científicamente válidas.

3.2 Enfoque

El enfoque cuantitativo se centra en la recolección y análisis de datos numéricos para describir, explicar y predecir fenómenos de interés científico, este enfoque permite medir

variables objetivas establecer relaciones entre ellas y generalizar los resultados a partir de la población estudiada. (Hernández et al, 2014, p. 37).

En esta investigación, se aplica el enfoque cuantitativo porque se recolectan datos estructurados mediante encuestas aplicadas a hogares y establecimientos en la ciudad de Pasto, con el fin de medir la incidencia del uso de bolsas plásticas, el grado de aceptación de alternativas sostenibles y las percepciones frente a la normativa vigente. Este enfoque aporta precisión estadística, objetividad en los resultados y la posibilidad de identificar tendencias significativas que permitan fundamentar propuestas de estrategias de comercialización sostenibles, ajustadas a la realidad local.

3.3 Método

La investigación tiene un método empírico analítico, según Ciro (2004): “pretenden explicar los objetos de estudio, controlarlos, ejercer acción local sobre ellos y predecirlos. Para ello, han de apoyarse en cuerpos teóricos sistemáticos, generales, cuantitativos, nomológicos, a partir de los cuales se formulan hipótesis” (p.73).

Este método pertenece a la investigación que se realiza sobre Gestión de la sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto, la gestión de la sostenibilidad se beneficia del rigor y la estructura del método empírico-analítico para explicar, controlar, actuar y predecir de manera efectiva, asegurando que las prácticas sostenibles sean implementadas de manera eficiente y con resultados medibles.

3.4 Tipo de investigación

Kerlinger define la investigación descriptiva como el proceso de describir y analizar las características y rasgos de un fenómeno específico. Para Kerlinger, la investigación descriptiva se utiliza con el objetivo de obtener una descripción detallada y completa de un fenómeno, sin buscar establecer relaciones causales entre las variables del estudio (Kerlinger. 1986).

El presente estudio pertenece a la investigación descriptiva ya que permite identificar y describir las características del uso de bolsas plásticas en la ciudad. Esto incluye analizar cómo, cuándo y por qué se utilizan, así como las actitudes y comportamientos de los consumidores hacia ellas. Este entendimiento es crucial para formular estrategias adecuadas que aborden el problema.

A través de la investigación descriptiva, se pueden identificar patrones en el uso de bolsas plásticas, como la frecuencia de uso en diferentes contextos (compras en supermercados, mercados locales, etc.) y las preferencias de los consumidores. Este análisis proporciona una base sólida para desarrollar intervenciones específicas.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población.

En la ciudad de Pasto se encuentran 793 establecimientos repartidos entre tiendas de barrio y supermercados que se dedican a la comercialización de productos quienes son la población objeto de estudio. Según la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto (2024) en su código CIIU G4711 que hace referencia al comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco, de los cuales se filtró los que tenían directamente relación con la comercialización de productos en tiendas y supermercados.

Como segunda población en la ciudad de Pasto se tomará los hogares como objeto de estudio y se encuentra repartida con un total de 43,420 hogares de estrato 3 a 6. Según la base de datos de la empresa líder en el sector de servicios públicos domiciliarios (EMPOPASTO).

Tabla 1.

Hogares por Estrato de la ciudad de Pasto

ESTRATO/ USO	No
Estrato 1	17.402
Estrato 2	34.374
Estrato 3	28.366
Estrato 4	11.077
Estrato 5	3.976
Estrato 6	1
Industrial	965
Comercial	11.642
Oficial	322
Especial	186
	108.311

Fuente: EMPOPASTO (2024)

3.5.2 Muestra.

Tabla 2.

Datos para calcula la muestra

N	793
Z	1.96
P	0.5
q	0.5
e	0.1
n	86

Fuente: elaboración propia

$$n = (.793 * 1,96^2 * 0.5 * 0.5) / (0.1)^2 (793 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 86 \text{ encuestas}$$

La cantidad de tiendas y supermercados a quienes se realizará las encuestas respectivas es de 86 establecimientos en la ciudad de Pasto.

Tabla 3.

Datos para calcular la muestra

N	43.420
Z	1.96
P	0.5
q	0.5
e	0.1
n	96

Fuente: elaboración propia

$$n = (43.420 * 1,96^2 * 0.5 * 0.5) / (0.1)^2 (43.420 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 96 \text{ encuestas}$$

La cantidad de hogares a quienes se realizó las encuestas respectivas es de 96 hogares en la ciudad de pasto según su estrato en este caso de 3 a 6.

3.6 Técnicas de recolección de la información

Para la investigación se aplicaron como técnicas de recolección de la información la encuesta una hacia los comercializadores y otra hacia los hogares. Como fuentes de recolección de información se utilizaron las primarias a través de encuestas; las secundarias mediante la consulta de trabajos de grado y libros en las bibliotecas de la ciudad de Pasto y finalmente las terciarias mediante la investigación en buscadores como Google académico, Dialnet, y otras, de libros electrónicos, páginas web, artículos, etc.

4. Resultados de investigación

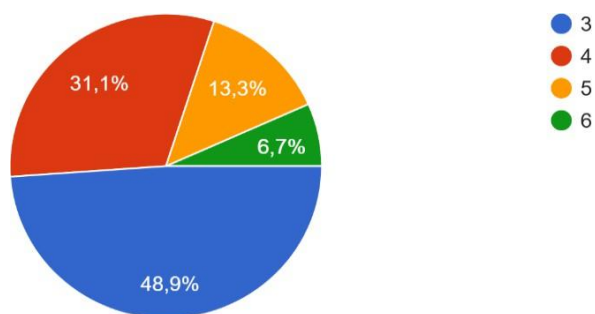
4.1 Procesos de comercialización de productos en relación con la sostenibilidad en las tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto

Para identificar los diferentes procesos de comercialización que se están utilizando en las tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto, se hizo necesario realizar un diagnóstico tanto a los comercializadores como a los clientes encontrando los siguientes resultados:

4.1.1 Resultados de encuestas dirigidas a los hogares de estrato 3,4,5 y 6 de la ciudad de pasto.

Figura 1.

Estrato



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos muestran que el mayor número de encuestados pertenecen al estrato 3 con un (48,9%), seguido por el estrato 4 con (31,1%), el estrato 5 con (13,3%) y el estrato 6 con (6,7%). Esto muestra que el estrato 3 domina la muestra, siendo el más representativo de la población objetivo.

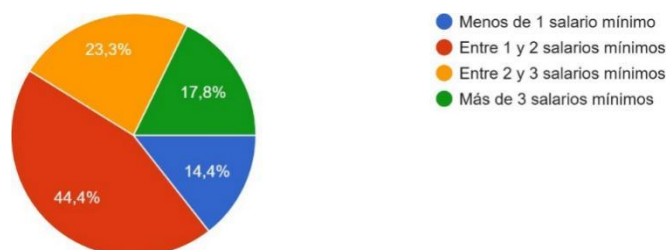
La alta representación del estrato 3, caracterizado por niveles medios de ingresos en Pasto, sugiere que las estrategias de sostenibilidad deben ser accesibles económicamente y centradas en prácticas sencillas. Por otro lado, los estratos 4, 5 y 6, aunque con menor participación, podrían adoptar soluciones sostenibles más rápidamente debido a una mayor capacidad adquisitiva.

Los hábitos de consumo y disposición de bolsas plásticas pueden variar significativamente

según el nivel socioeconómico, lo que implica la necesidad de segmentar las estrategias para garantizar su efectividad.

Figura 2.

Nivel de ingresos mensuales



Fuente: Elaboración propia.

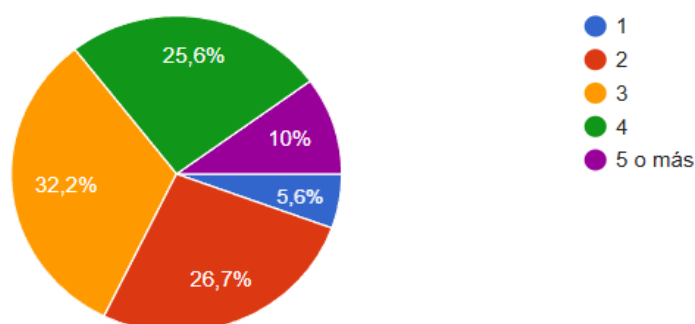
Se evidencio que menos de 1 salario mínimo obtuvo un (14,4%): mostrando una minoría significativa siendo el grupo más bajo, reflejando ingresos limitados que podrían influir en sus hábitos de consumo y disposición a pagar por alternativas sostenibles.

Más de 3 salarios mínimos con un (17,8%): Este segmento también abarca una muestra baja potencialmente más dispuesto a invertir en alternativas que reduzcan el impacto ambiental.

Entre 2 y 3 salarios mínimos con un (23,3%): revela una capacidad económica ligeramente mayor que podría facilitar la transición hacia prácticas sostenibles.

Entre 1 y 2 salarios mínimos con un (44,4%): Es el grupo más alto, lo que sugiere que muchas familias tienen ingresos modestos, lo cual podría condicionar su capacidad para adoptar soluciones más sostenibles si estas implican un costo adicional.

Para promover estrategias sostenibles como la reducción del uso de bolsas plásticas, es esencial considerar la capacidad económica de las diferentes clases sociales. Las soluciones deben ser accesibles y sensibilizarse a través de campañas educativas, además de políticas que incentiven el uso de materiales reutilizables, con especial énfasis en grupos con ingresos más bajos para fomentar un cambio inclusivo y sostenible.

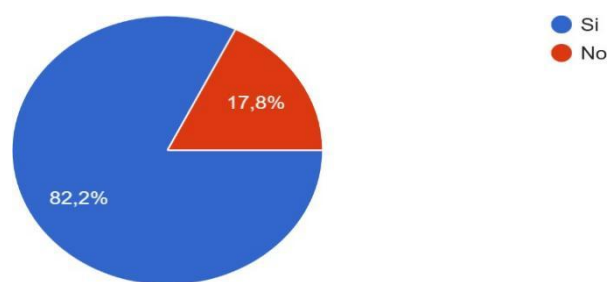
Figura 3.*Núcleo familiar*

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que se obtuvo un porcentaje de 32.2% que pertenece a familias de tres integrantes, seguido de un 26.7% con familias de dos personas y un 25.6% con cuatro integrantes. Esto demuestra que la mayoría de los hogares están conformados por grupos pequeños o medianos.

Además, un 10% vive en familias de cinco o más miembros, mientras que solo el 5.6% pertenece a hogares unipersonales.

Estos datos son clave para entender los patrones de consumo de bolsas plásticas, ya que el tamaño del núcleo familiar influye en la cantidad de productos comprados y, por ende, en el uso de bolsas. Familias más grandes pueden tener un consumo mayor, lo que sugiere la necesidad de estrategias específicas, como el fomento de bolsas reutilizables para compras grandes o incentivos para reducir el uso del plástico en tiendas y supermercados.

Figura 4.*Conocimiento del impacto nocivo que generan las bolsas plásticas en el medio ambiente*

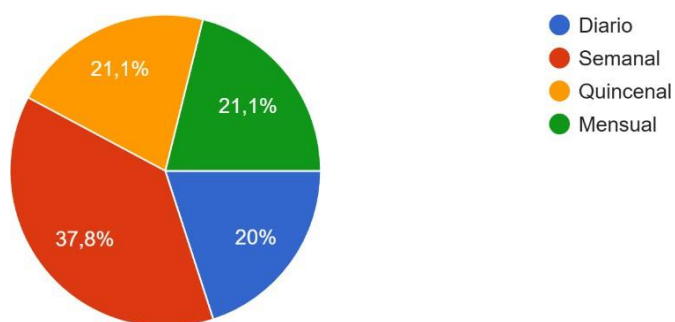
Fuente: Elaboración propia.

La información revela que un 82,2% de los encuestados está consciente de que las bolsas plásticas generan un impacto tóxico en el medio ambiente, mientras que el 17,8% no lo está.

Este alto nivel de conciencia es un punto de partida positivo para desarrollar estrategias efectivas. Las campañas de sensibilización pueden centrarse en el pequeño porcentaje que aún no está informado, mientras que las políticas de reducción y sustitución de bolsas plásticas pueden ser bien recibidas por la mayoría ya consciente del problema. Además, se pueden implementar incentivos para el uso de alternativas sostenibles, como bolsas reutilizables, aprovechando la predisposición de la población a adoptar prácticas más ecológicas.

Figura 5.

Frecuencia de compra en tiendas o supermercados en Pasto



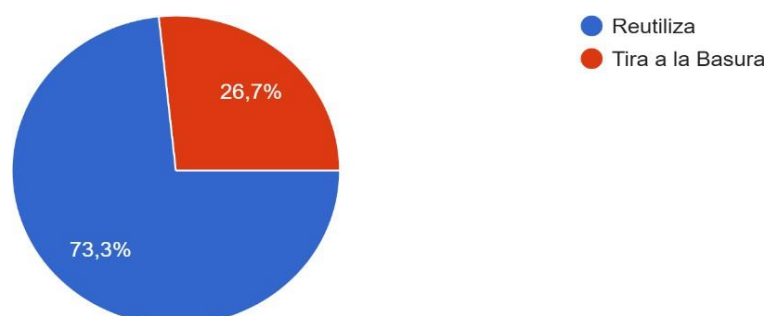
Fuente: Elaboración propia.

El estudio muestra que un 37,8% de los encuestados compra semanalmente, un 42,2% quincenal y mensualmente y un 20% diariamente.

Ya que la mayoría de los consumidores compra semanalmente las campañas de sensibilización y las políticas de reducción de bolsas plásticas pueden enfocarse en estos grupos. Promover el uso de bolsas reutilizables y ofrecer incentivos para su adopción puede ser una estrategia efectiva, aprovechando la regularidad de las compras para fomentar hábitos más sostenibles.

Figura 6.

Reutiliza o desecha las bolsas en la basura



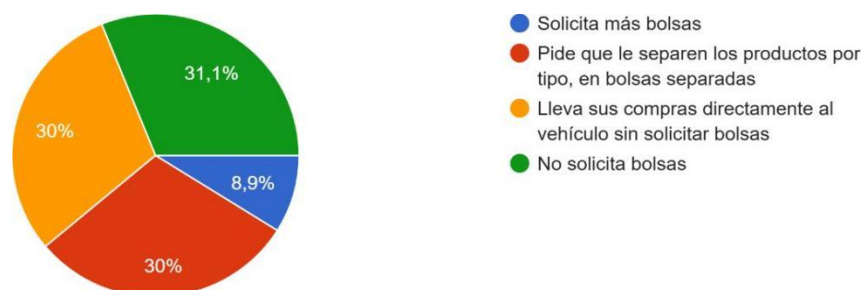
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados evidencian que un 73.3% de los encuestados reutiliza las bolsas plásticas, mientras que un 26,7% las tira a la basura.

Este alto porcentaje de reutilización es un punto positivo para la implementación de estrategias de sostenibilidad. Las campañas pueden centrarse en educar y motivar al 26,7% que aún desecha las bolsas, promoviendo prácticas de reutilización y reciclaje. Además, se pueden introducir incentivos para el uso de bolsas reutilizables y alternativas ecológicas, aprovechando la predisposición de la mayoría a reutilizar las bolsas. Estas acciones contribuirán a mitigar el impacto ambiental generado por el mal uso de las bolsas plásticas.

Figura 7.

En sus compras de víveres en tiendas o supermercados, usted normalmente.



Fuente: Elaboración propia.

El estudio refleja que un 8.9% de los clientes solicita más bolsas, lo que representa

el grupo menos comprometido con la reducción del plástico.

Un 30% pide que sus productos sean separados por tipo, en bolsas diferentes, lo que implica un uso elevado de bolsas plásticas.

Un 30% de los consumidores opta por llevar sus compras directamente al vehículo sin solicitar bolsas, lo cual es una práctica sostenible.

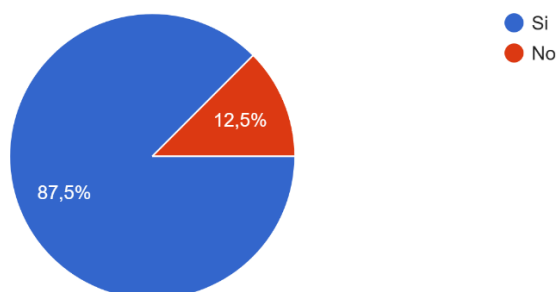
Un 31.1% no solicita bolsas, lo que sugiere una inclinación hacia hábitos más ecológicos.

La gráfica señala que existe un porcentaje significativo de consumidores abiertos a reducir el uso de bolsas plásticas, lo que facilita la implementación de estrategias para disminuir su impacto ambiental. Sin embargo, es necesario trabajar con el grupo que aún depende de ellas, promoviendo hábitos más sostenibles y facilitando alternativas ecológicas.

Además, se pueden implementar incentivos para aquellos que ya utilizan sus propias bolsas, reforzando así prácticas sostenibles y reduciendo el desperdicio de plástico.

Figura 8.

Conocimiento sobre que es sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia.

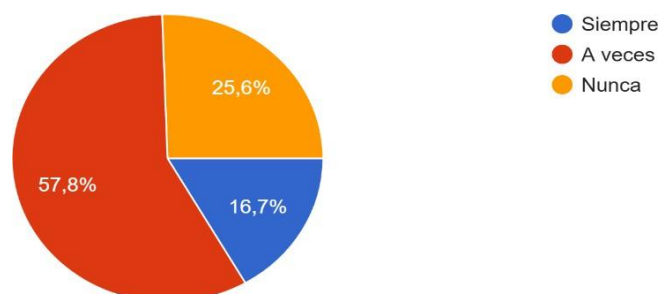
Se puede apreciar que un 87.5% no sabe qué es sostenibilidad, mientras que solo un 12.5% tiene conocimiento sobre el tema.

Estos datos revelan que a pesar de ser una minoría la que no está informada sobre el tema surge una necesidad de crear estrategias para aumentar la conciencia sobre la sostenibilidad en esa pequeña población. Las estrategias podrían incluir talleres informativos, materiales educativos en tiendas y supermercados, y campañas en redes sociales para explicar los conceptos básicos de

sostenibilidad y su importancia. Al aumentar el conocimiento sobre sostenibilidad, se puede fomentar un cambio de comportamiento hacia prácticas más ecológicas.

Figura 9.

Uso de bolsas reutilizables al hacer compras



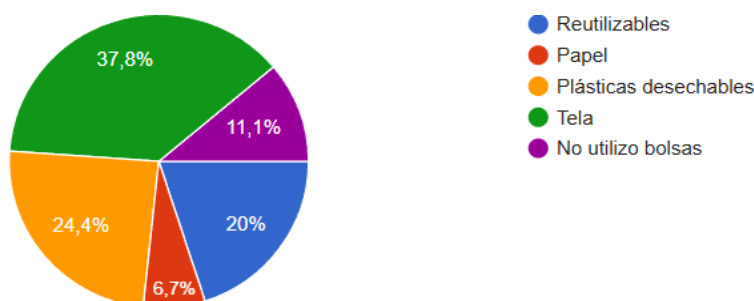
Fuente: Elaboración propia.

Los datos reflejan que un 16,7% siempre utiliza bolsas reutilizables, un 25.6% no las usa, y un 57,8% a veces las utiliza.

Así mismo una gran parte de los consumidores utilizan a veces las bolsas reutilizables, las campañas de sensibilización pueden enfocarse en promover el uso constante de bolsas reutilizables. Además, el otro mayor porcentaje nunca las utiliza mostrando una preocupación ante esta población en donde se pueden implementar incentivos para aquellos que ya utilizan bolsas reutilizables como ejemplo para los que no las utilizan y así educar a los consumidores sobre los beneficios ambientales de reducir el uso de bolsas plásticas.

Figura 10.

Tipo de bolsas que utiliza al momento de realizar sus compras



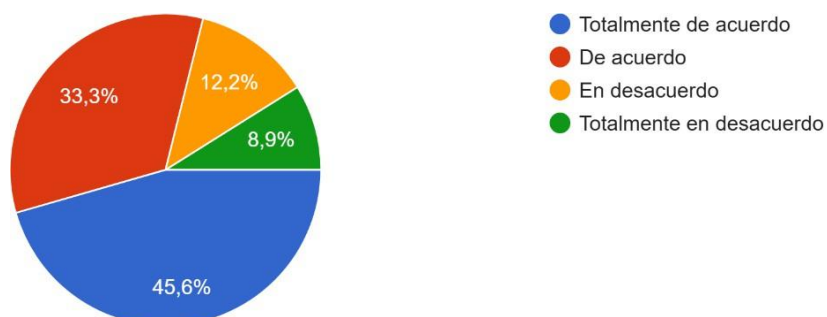
Fuente: Elaboración propia.

Se puede inferir que el 37,8% prefiere utilizar bolsas de tela, mientras que un 24,4% opta por bolsas plásticas desechables. Por otro lado, el 20% prefiere bolsas plásticas reutilizables, el 11,1% no utiliza bolsas, y solo el 6,7% elige bolsas de papel.

Como resultado una parte significativa de los consumidores ya prefiere bolsas de tela, las campañas de sensibilización pueden enfocarse en aumentar este porcentaje. Además, se pueden implementar incentivos para el uso de bolsas de papel que son muy pocas personas que las utilizan que a comparación con la de plásticos son mucho mejor y así reducir la dependencia de las bolsas plásticas desechables. Promover la educación sobre los beneficios ambientales de las bolsas de tela y de papel puede ayudar a fomentar prácticas más sostenibles y reducir el desperdicio de plástico en la ciudad de Pasto.

Figura 11.

El mal uso de las bolsas plásticas afecta el medio ambiente en Pasto

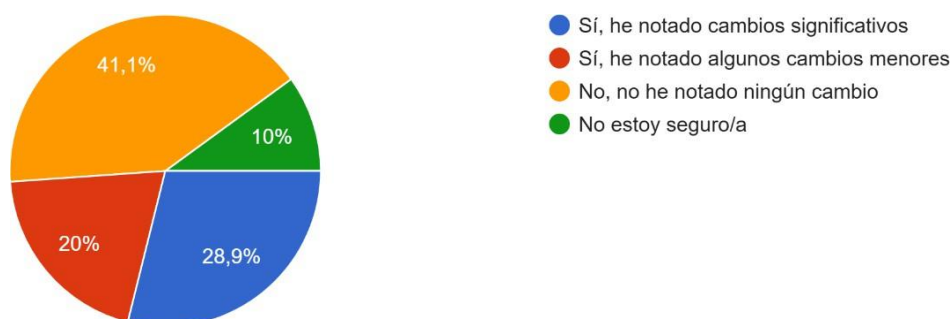


Fuente: Elaboración propia.

Los datos demuestran que un 45.6% está totalmente de acuerdo y un 33.3% está de acuerdo, lo que indica que la mayoría de los encuestados apoya estrategias para disminuir el uso de bolsas plásticas. Sin embargo, un 12.2% está en desacuerdo y un 8.9% totalmente en desacuerdo lo que sugiere cierta resistencia al cambio, posiblemente por desconocimiento o falta de alternativas accesibles. Estos datos evidencian una oportunidad para reforzar la educación ambiental y promover incentivos que faciliten la adopción de prácticas sostenibles, como el uso de bolsas reutilizables o la eliminación progresiva de plásticos en establecimientos comerciales.

Figura 12.

Conoce las políticas sobre el uso de bolsas plásticas en tiendas y supermercados



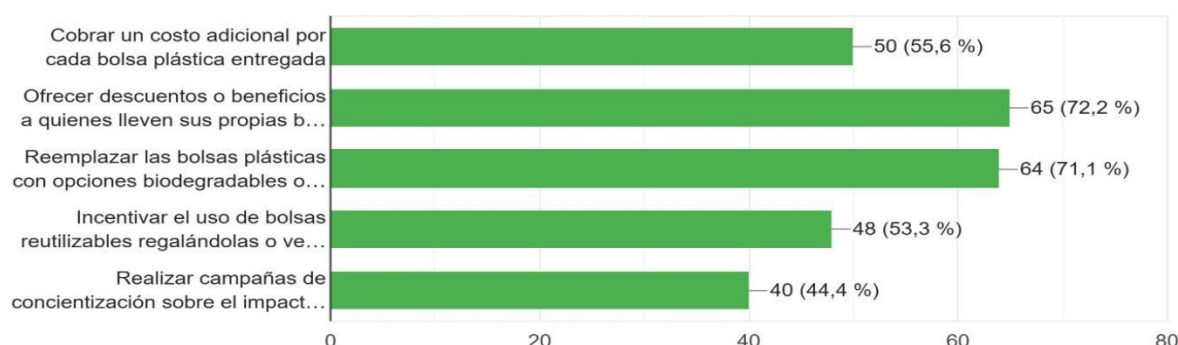
Fuente: Elaboración propia.

Se observa que un 41.1% no ha notado cambios significativos, un 28,9% si ha notado algunos cambios menores, un 20% no ha notado ningún cambio, y tan solo el 10% no está seguro.

Esto podría evidenciar la necesidad de una mejor comunicación y visibilidad de las estrategias implementadas. Estos resultados reflejan que, aunque hay avances, es preocupante que haya bastantes personas que todavía no percibe mejoras significativas. Esto resalta la importancia de fortalecer campañas de sensibilización, fomentar el uso de alternativas sostenibles y establecer regulaciones más estrictas para reducir el uso de bolsas plásticas en la ciudad de Pasto.

Figura 13.

Medidas que se deberían implementar en tiendas y supermercados



Fuente: Elaboración propia.

Se puede determinar que la estrategia más respaldada es ofrecer descuentos o beneficios a quienes lleven sus propias bolsas, con un 72.2% de aceptación. Esto prueba que las personas estarían más dispuestas a cambiar su comportamiento si reciben un incentivo económico o una recompensa directa. Le sigue de cerca la opción de reemplazar las bolsas plásticas por alternativas biodegradables o reutilizables, con un 71.1%, lo que muestra una alta disposición de la población a aceptar cambios en los materiales utilizados.

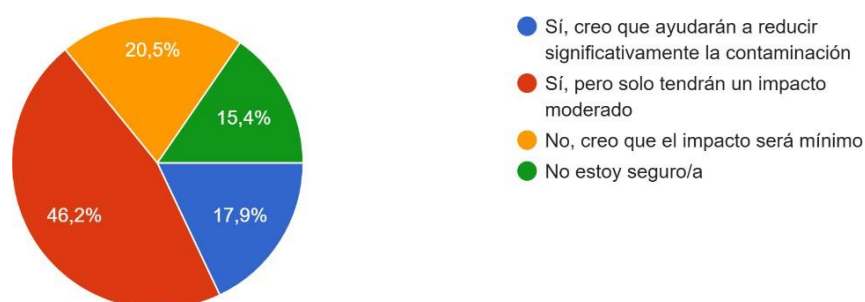
Cobrar un costo adicional por cada bolsa plástica entregada es respaldado por el 55.6% de los encuestados, lo que sugiere que, aunque la penalización económica puede ser efectiva, no es la opción más popular. Por otro lado, el 53.3% apoya incentivar el uso de bolsas reutilizables regalándolas o vendiéndolas a bajo costo, lo que refuerza la idea de que la accesibilidad a alternativas sostenibles es clave para la reducción del plástico.

Finalmente, la estrategia con menor respaldo es la realización de campañas de concienciación sobre el impacto ambiental de las bolsas plásticas, con un 44.4%. Esto sugiere que, si bien la información es importante, las personas consideran que medidas concretas como incentivos y cambios en las opciones disponibles son más efectivas que solo crear conciencia.

En general, los datos reflejan que la combinación de incentivos positivos y el acceso a alternativas sostenibles son estrategias clave para reducir el uso de bolsas plásticas en Pasto.

Figura 14.

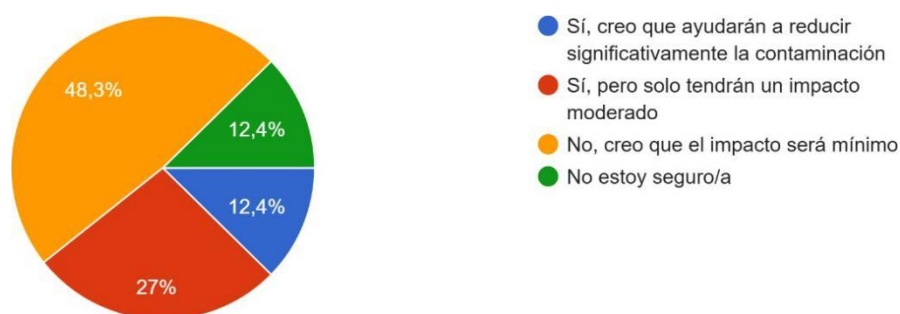
Las leyes sobre bolsas plásticas ayudarán a reducir la contaminación



Fuente: Elaboración propia.

El análisis muestra una percepción mixta sobre la efectividad de las leyes gubernamentales para regular el uso de bolsas plásticas en Pasto, Colombia. Un 46.2% considera que estas leyes tendrán un impacto moderado en la reducción de la contaminación ambiental, lo que refleja un optimismo cauto sobre su efectividad. Sin embargo, un 20.5% cree que el impacto será mínimo, y solo un 17.9% tiene confianza en que las leyes tendrán un impacto significativo, evidenciando que existe cierto escepticismo sobre la capacidad de las normativas para abordar de manera integral el problema. Además, un 15.4% se mantiene indeciso, lo que sugiere una falta de claridad o información sobre cómo las leyes podrían aplicarse o sus posibles resultados.

Estos datos resaltan la necesidad de complementar las normativas con estrategias que fortalezcan su aceptación y efectividad, como campañas educativas, incentivos para el cambio de hábitos, y una implementación clara y transparente de las regulaciones. Esto podría ayudar a reducir las dudas y maximizar el impacto positivo de las leyes sobre el uso de bolsas plásticas.

Figura 15.*Conocimiento sobre las alternativas a las bolsas plásticas*

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el 48.3% considera que el impacto será mínimo, lo que apunta a cierta desconfianza respecto a la efectividad de las medidas propuestas o una posible falta de confianza en su implementación.

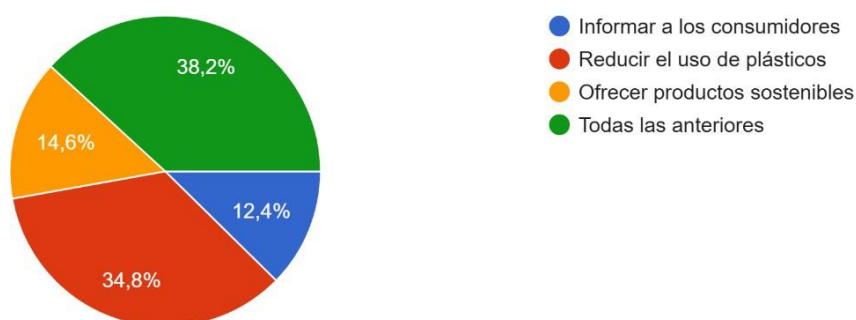
Por otro lado, el 27% cree que las estrategias tendrán un impacto moderado, lo que sugiere que, aunque reconocen un posible efecto positivo, no lo consideran completamente transformador. En contraste, solo el 12.4% opina que estas acciones ayudarán a reducir significativamente la contaminación, lo que demuestra que una minoría tiene una visión altamente positiva sobre los cambios.

El mismo porcentaje 12.4%, no está seguro sobre el impacto de las estrategias, lo que evidencia la necesidad de mayor información y concienciación sobre los beneficios de la reducción del plástico.

En general, los resultados reflejan que, aunque hay cierto reconocimiento sobre la importancia de reducir las bolsas plásticas, la mayoría de los encuestados no confía en que estas estrategias logren cambios sustanciales. Esto resalta la necesidad de reforzar la educación ambiental, garantizar una implementación efectiva de las medidas y demostrar con datos concretos los beneficios de reducir el uso del plástico en la ciudad.

Figura 16.

Responsabilidad de tiendas y supermercados en la gestión de la sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia.

El 38.2% de los participantes eligió la opción todas las anteriores, lo que señala que una estrategia integral, combinando información, reducción de plásticos y alternativas sostenibles, es vista como la mejor solución.

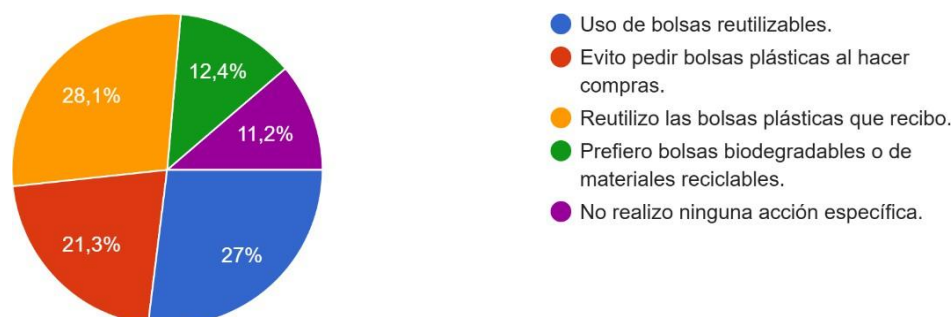
Por otro lado, el 34.8% cree que la reducción del uso de plásticos es la acción más importante, lo que sugiere que muchas personas consideran que limitar directamente la disponibilidad de bolsas plásticas es clave para generar un cambio.

Solo el 14.6% piensa que ofrecer productos sostenibles es la mejor estrategia, lo que podría denotar que, aunque importantes, las alternativas ecológicas por sí solas no son vistas como suficientes. Finalmente, el 12.4% considera que informar a los consumidores es la mejor opción, lo que sugiere que la educación y concienciación, aunque necesarias, no son vistas como la acción más determinante.

Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados reconoce que se requiere una combinación de estrategias para lograr un impacto significativo en la reducción de bolsas plásticas en la ciudad. Esto refuerza la importancia de un enfoque integral que combine educación, regulación y acceso a alternativas sostenibles.

Figura 17.

Acciones que lleva a cabo para reducir el impacto ambiental asociado al uso de bolsas



Fuente: Elaboración propia.

El 28.1% menciona que reutiliza las bolsas plásticas que recibe, lo que revela que muchas personas buscan alargar la vida útil del plástico en lugar de eliminar su uso por completo.

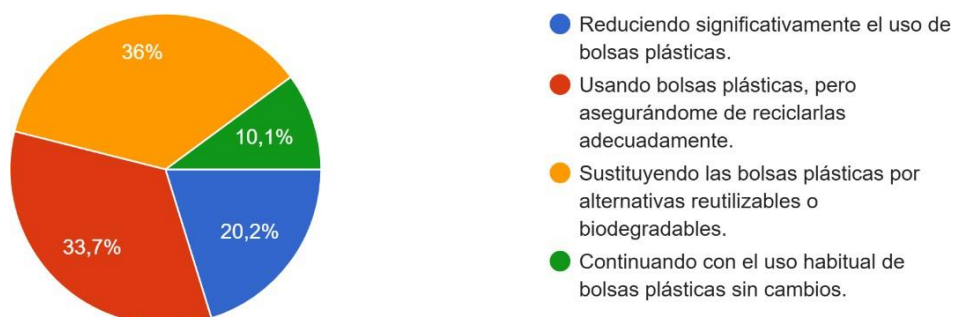
El 27% afirma utilizar bolsas reutilizables, una práctica positiva que contribuye directamente a la reducción de residuos plásticos. Sin embargo, el hecho de que no sea la opción más alta sugiere que aún es necesario incentivar más su adopción.

El 21.3% evita pedir bolsas plásticas al hacer compras, lo que muestra que una parte de la población ya ha modificado sus hábitos de consumo para reducir la demanda de plástico.

Por otro lado, el 12.4% prefiere bolsas biodegradables o de materiales reciclables, lo que indica interés en opciones más sostenibles, aunque su adopción sigue siendo limitada.

Finalmente, el 11.2% dice que no realiza ninguna acción específica, lo que demuestra que todavía hay una porción de la población que no ha incorporado hábitos de reducción de plástico, evidenciando la necesidad de mayor sensibilización y estrategias más efectivas.

En conclusión, los datos reflejan que, si bien muchas personas han adoptado prácticas para reducir el uso de bolsas plásticas, aún existe un margen de mejora. Es necesario seguir promoviendo el uso de bolsas reutilizables y opciones sostenibles, además de fortalecer campañas educativas para involucrar a quienes todavía no toman medidas en este aspecto.

Figura 18.*Contribución para reducir el impacto ambiental de las bolsas plásticas*

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que un 36% sustituye las bolsas plásticas por alternativas reutilizables o biodegradables, lo que supone un interés creciente en soluciones más sostenibles.

Por otro lado, el 33.7% menciona que sigue utilizando bolsas plásticas, pero asegurándose de reciclarlas adecuadamente. Esto sugiere que, aunque muchas personas aún dependen del plástico, hay una intención de minimizar su impacto ambiental a través del reciclaje.

El 20.2% ha logrado reducir significativamente el uso de bolsas plásticas, reflejando un compromiso más fuerte con la reducción del consumo de plástico. Sin embargo, este porcentaje aún es bajo en comparación con quienes optan por otras estrategias más intermedias.

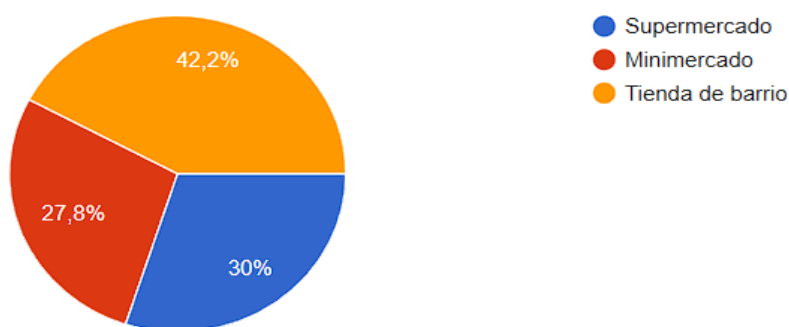
Finalmente, el 10.1% continúa con el uso habitual de bolsas plásticas sin realizar cambios, lo que evidencia la necesidad de seguir promoviendo conciencia y estrategias más efectivas para fomentar cambios de hábito en la población.

La mayoría de los encuestados ha tomado alguna acción para reducir el impacto ambiental del plástico, ya sea a través del uso de alternativas sostenibles o del reciclaje. Sin embargo, aún queda una proporción significativa que necesita mayor sensibilización y acceso a opciones viables para disminuir el uso de bolsas plásticas de manera más efectiva.

4.1.2 Encuestas dirigidas a los comerciantes de tiendas y supermercados de la ciudad de Pasto.

Figura 19.

Tipo de establecimiento.



Fuente: Elaboración propia.

Se observa que la mayor proporción de compras ocurre en tiendas de barrio con un 42.2%, seguidas por los supermercados 30% y los minimercados 27.8%.

Este dato es relevante porque indica que las tiendas de barrio tienen un papel fundamental en la distribución de bolsas plásticas, lo que sugiere que cualquier estrategia de reducción debe priorizar la concienciación y la implementación de alternativas sostenibles en estos comercios.

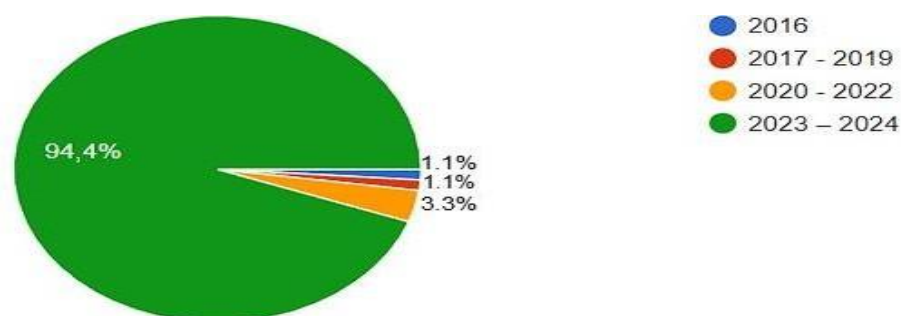
Los supermercados, aunque representan una menor proporción de las compras, pueden ser más accesibles para la implementación de políticas como el cobro de bolsas plásticas, la promoción de bolsas reutilizables o el uso de materiales biodegradables.

Los minimercados también juegan un papel importante y podrían beneficiarse de incentivos para reducir la entrega de bolsas plásticas, como descuentos a quienes lleven sus propias bolsas.

Cualquier estrategia para reducir el uso de bolsas plásticas en Pasto debe enfocarse en las tiendas de barrio como punto clave de intervención, sin descuidar a supermercados y minimercados. Se requiere una combinación de medidas como la sensibilización, incentivos para el uso de bolsas reutilizables y regulaciones sobre el uso del plástico en los diferentes tipos de establecimientos.

Figura 20.

En qué año su establecimiento implemento reducción o cobro de bolsas plásticas



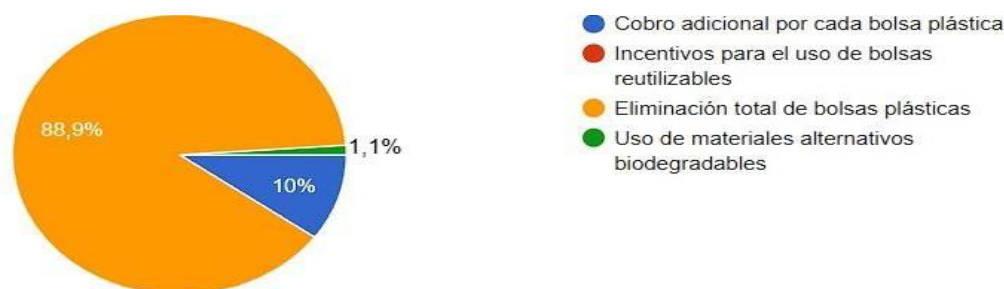
Fuente: Elaboración propia.

Los datos reflejan que un 94.4% de los establecimientos en Pasto comenzó a implementar medidas de reducción o cobro de bolsas plásticas entre 2023 y 2024, lo que evidencia un reciente y significativo esfuerzo por reducir el impacto ambiental de este material.

Sin embargo, es preocupante que en años anteriores la adopción de estas medidas haya sido mínima: solo el 3.3% inició entre 2020 y 2022, mientras que un 1.1% lo hizo entre 2017 y 2019 y otro 1.1% en 2016. Esto señala que, hasta hace poco, la conciencia y acción en torno a la reducción de bolsas plásticas era baja, lo que resalta la necesidad de continuar promoviendo políticas, incentivos y campañas educativas para garantizar la sostenibilidad de estas medidas a largo plazo.

Figura 21.

Medidas que ha implementado su establecimiento para reducir el uso de bolsas



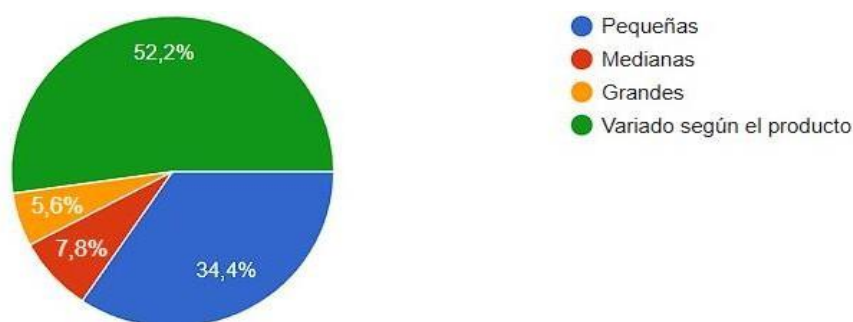
Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que la principal medida implementada en los establecimientos de Pasto para reducir el uso de bolsas plásticas ha sido su eliminación total, con un 88.9% de respuestas. Un 10% de los establecimientos ha optado por cobrar adicionalmente por cada bolsa plástica, mientras que solo un 1.1% ha introducido materiales alternativos biodegradables. No se evidencian incentivos significativos para fomentar el uso de bolsas reutilizables.

Estos resultados reflejan un avance importante en la eliminación de las bolsas plásticas, pero también revelan una falta de diversificación en las estrategias adoptadas. Para lograr un impacto más amplio y sostenible, se recomienda fortalecer iniciativas como la promoción de bolsas reutilizables, el uso de alternativas biodegradables y la concienciación de los consumidores sobre la importancia de reducir el consumo de plásticos en su vida diaria.

Figura 22.

Tamaños de bolsas usadas con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados revelan que el 52,2% de los establecimientos utiliza bolsas plásticas de tamaño variado según el producto, mientras que el 34,4% usa bolsas pequeñas con mayor frecuencia.

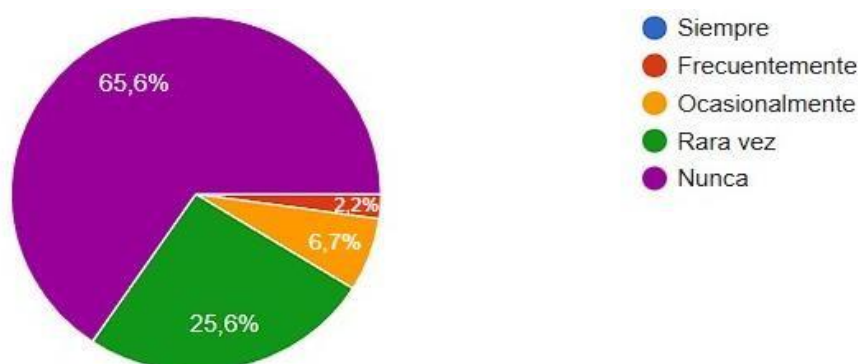
Los tamaños medianos y grandes representan un menor porcentaje de uso, con un 7,8% y 5,6% respectivamente.

Estos datos prueban que la demanda de bolsas plásticas varía considerablemente dependiendo del tipo de producto comercializado, con una alta preferencia por las bolsas pequeñas y la adaptación a diferentes tamaños según las necesidades. Para reducir el uso de plástico en Pasto,

se recomienda incentivar el uso de bolsas reutilizables en todos los tamaños, promover materiales biodegradables y fortalecer campañas de concienciación dirigidas tanto a comerciantes como a consumidores para reducir la dependencia de estos empaques plásticos.

Figura 23.

Informa sobre la normativa y la importancia de reducir el uso de bolsas plásticas



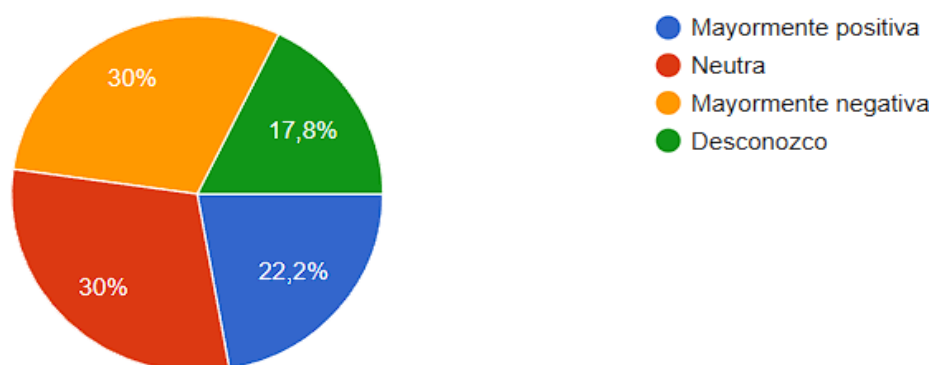
Fuente: Elaboración propia.

Los datos revelan que el 65,6% de los establecimientos nunca informa a sus clientes sobre la normativa y la importancia de reducir el uso de bolsas plásticas, mientras que un 25,6% lo hace rara vez. Solo un pequeño porcentaje informa ocasionalmente con un 6,7%, frecuentemente 2,2% y finalmente, siempre con el 0%.

Este panorama evidencia una gran falta de sensibilización en los comercios de Pasto respecto a la reducción del plástico, lo que limita la adopción de prácticas más sostenibles por parte de los consumidores. Para mejorar esta situación, es crucial desarrollar estrategias de comunicación más efectivas dentro de los establecimientos, como carteles informativos, capacitaciones al personal y campañas dirigidas a los clientes para fomentar el uso de alternativas reutilizables y biodegradables. La educación y la concienciación serán herramientas clave para lograr una reducción significativa del uso de bolsas plásticas en la ciudad.

Figura 24.

Reacción de los clientes al solicitarles pagar o traer sus propias bolsas



Fuente: Elaboración propia.

Se evidencia que la reacción de los clientes frente a la solicitud de pagar o traer sus propias bolsas está dividida. Un 30% de los encuestados reporta una reacción neutra, mientras que otro 30% percibe una respuesta mayormente negativa. En contraste, solo el 22,2% considera que la reacción ha sido mayormente positiva, y un 17,8% desconoce la respuesta de los clientes.

Estos resultados sugieren que aún existe resistencia por parte de los consumidores a modificar sus hábitos en relación con el uso de bolsas plásticas. La presencia de una reacción negativa y neutral significativa prueba la necesidad de reforzar campañas educativas y de sensibilización sobre la importancia de reducir el uso de plásticos de un solo uso. Estrategias como incentivos para el uso de bolsas reutilizables, descuentos para quienes las lleven o campañas informativas más efectivas pueden ayudar a mejorar la aceptación de estas medidas y fomentar un cambio de comportamiento en los consumidores.

Figura 25.

Tipo de bolsas plásticas que ofrecen



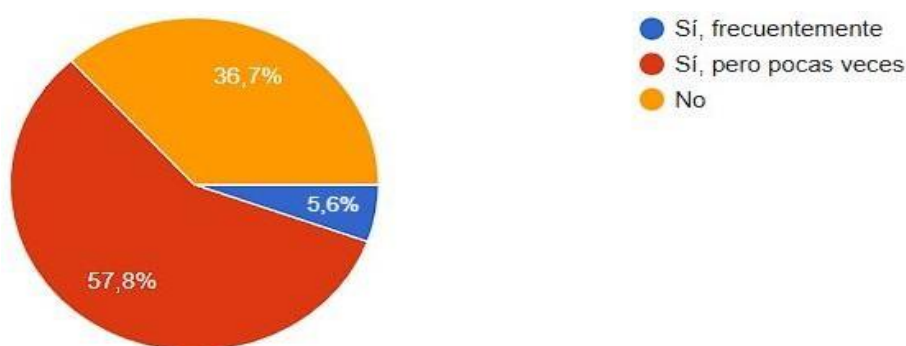
Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que el 51,1% de los establecimientos ofrece bolsas reutilizables, mientras que el 48,9% aún distribuye bolsas plásticas de un solo uso. Esto evidencia un avance en la transición hacia opciones más sostenibles, aunque todavía existe una presencia significativa de bolsas desechables.

Estos resultados sugieren que, si bien hay un esfuerzo por adoptar alternativas ecológicas, todavía es necesario reforzar estrategias que incentiven el uso de bolsas reutilizables y reduzcan la dependencia de plásticos de un solo uso. Se podrían implementar campañas de sensibilización sobre los beneficios ambientales de esta transición, incentivos económicos para los clientes que lleven sus propias bolsas y normativas más estrictas que regulen el uso de bolsas plásticas en los establecimientos comerciales de Pasto.

Figura 26.

Quejas sobre la falta de bolsas plásticas o el cobro de estas



Fuente: Elaboración propia.

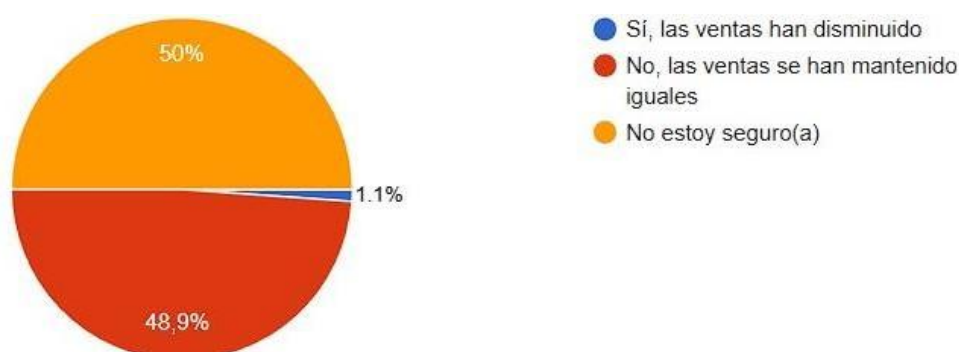
Se encontró que el 57,8% de los encuestados ha recibido quejas ocasionales de los clientes por la falta de bolsas plásticas o el cobro de estas, mientras que un 5,6% indica que estas quejas son frecuentes. Sin embargo, el 36,7% señala que no ha recibido ningún tipo de queja.

Estos resultados reflejan una resistencia moderada por parte de los clientes hacia la reducción del uso de bolsas plásticas, lo que apunta a la necesidad de fortalecer estrategias de concienciación. Para minimizar las quejas y mejorar la aceptación de estas medidas, se recomienda intensificar campañas informativas sobre el impacto ambiental del plástico, promover incentivos para el uso de bolsas reutilizables y mejorar la comunicación sobre la normativa vigente. Además,

establecer programas de educación ambiental en los puntos de venta podría facilitar la transición hacia un consumo más responsable en la ciudad de Pasto.

Figura 27.

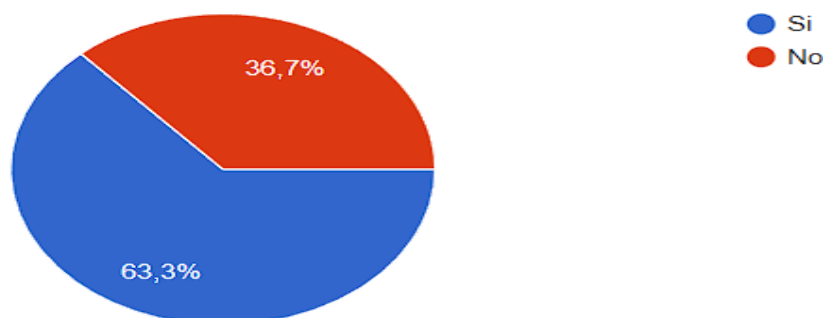
Disminución de ventas debido a la implementación de la normativa de bolsas.



Fuente: Elaboración propia.

Se infiere que el 48,9% de los encuestados afirma que la implementación de la normativa de reducción de bolsas plásticas no ha afectado sus ventas, mientras que el 50% no está seguro de su impacto. Solo un 1,1% señala que ha experimentado una disminución en sus ventas debido a esta regulación.

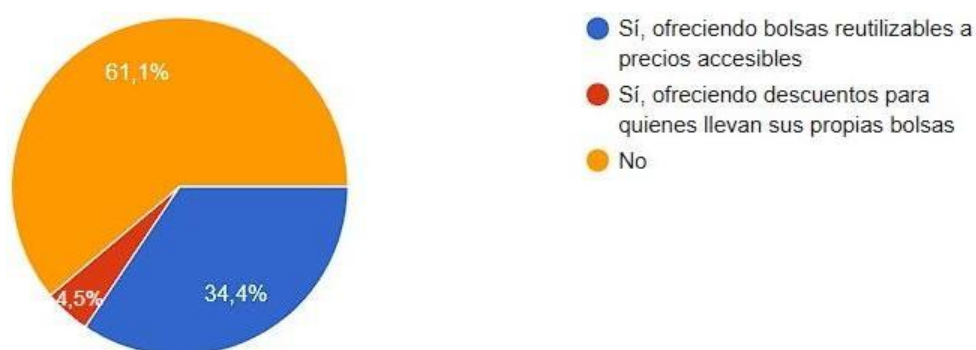
Los datos obtenidos sugieren que la eliminación progresiva de bolsas plásticas no ha tenido repercusiones significativas en la actividad comercial de los establecimientos encuestados. Sin embargo, la incertidumbre reflejada en el 50% de los participantes resalta la necesidad de mayor información y seguimiento sobre los efectos económicos de estas medidas. Para mitigar posibles preocupaciones, se recomienda fortalecer la educación sobre los beneficios de la normativa, fomentar el uso de alternativas reutilizables y generar estrategias de mercadeo que destaquen el compromiso ambiental como un valor agregado para los consumidores en Pasto.

Figura 28.*Realiza algún tipo de reciclaje de las bolsas plásticas usadas*

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que el 63,3% de los comercios encuestados en Pasto realizan algún tipo de reciclaje de las bolsas plásticas usadas, mientras que el 36,7% no implementa esta práctica. Estos datos muestran un avance significativo en la gestión de residuos plásticos dentro de los establecimientos comerciales. Sin embargo, el porcentaje de comercios que aún no reciclan representa una oportunidad de mejora en la implementación de estrategias más sostenibles.

Para fortalecer la reducción del impacto ambiental, se recomienda incentivar programas de reciclaje en aquellos comercios que aún no lo hacen, fomentar campañas de sensibilización sobre la importancia de la reutilización y el reciclaje, e incluso establecer alianzas con empresas o instituciones que faciliten la recolección y transformación de bolsas plásticas en nuevos productos. De esta manera, se podría avanzar hacia una economía circular que contribuya a la reducción de la contaminación por plásticos en la ciudad.

Figura 29.*Alternativa para disminuir la percepción negativa de los clientes*

Fuente: Elaboración propia.

Los datos denotan que el 61,1% de los comercios en Pasto no ha adoptado ninguna alternativa para disminuir la percepción negativa de los clientes sobre la normativa de bolsas plásticas, mientras que el 34,4% ha optado por ofrecer bolsas reutilizables a precios accesibles y solo un 4,5% brinda descuentos a quienes llevan sus propias bolsas.

Estos resultados evidencian una oportunidad de mejora en la implementación de estrategias que incentiven el cambio de hábitos en los consumidores. La alta proporción de comercios que no han tomado medidas sugiere la necesidad de promover campañas de sensibilización y apoyo para la adopción de alternativas sostenibles. Acciones como reducir costos en bolsas reutilizables, ofrecer incentivos a clientes responsables o promover programas de fidelización para quienes minimizan su uso de plásticos podrían contribuir a una mejor aceptación de la normativa y a una disminución del impacto ambiental en la ciudad.

Figura 30.

El apoyo del gobierno ha sido suficiente para implementar estas normas



Fuente: Elaboración propia.

Se observa que un 40% considera que el apoyo no ha sido suficiente, mientras que un 37,8% lo encuentra útil, pero podría mejorar, solo un 22,2% cree que el respaldo del gobierno ha sido adecuado.

Estos resultados sugieren la necesidad de fortalecer la información y el acompañamiento por parte de las autoridades. Es crucial mejorar la comunicación sobre los beneficios de la normativa, ofrecer incentivos o subsidios para la transición a alternativas ecológicas y proporcionar materiales educativos tanto para comerciantes como para consumidores. Sin un respaldo sólido, la implementación de estas medidas puede encontrar resistencia y afectar su efectividad en la reducción del uso de plásticos en la ciudad.

Tabla 4*Matriz MEFE*

Nº	Fortalezas	Peso	Calificación	Puntaje ponderado
F1	Alto nivel de conciencia ambiental entre una parte de los consumidores.	0.08	4	0.32
F2	Disponibilidad de productos alternativos al plástico (bolsas reutilizables, tela, papel, etc.).	0.07	3	0.21
F3	Algunos supermercados ya implementan estrategias sostenibles.	0.06	3	0.18
F4	Clientes dispuestos a pagar un poco más por productos ecológicos.	0.06	3	0.18
F5	Existencia de normativas que respaldan iniciativas ecológicas.	0.05	3	0.15
F6	Posibilidad de alianzas con proveedores sostenibles.	0.05	3	0.15
F7	Imagen positiva ante el consumidor cuando se adoptan prácticas sostenibles.	0.05	4	0.20
F8	Capacidad de algunos supermercados grandes para invertir en sostenibilidad.	0.04	3	0.12
F9	Personal receptivo a capacitaciones sobre buenas prácticas ecológicas.	0.03	2	0.06
F10	Potencial para acceder a certificaciones verdes o sellos ambientales.	0.03	2	0.06
Total		0.52		1.63
Debilidades				
D1	Baja implementación de prácticas sostenibles en la mayoría de tiendas.	0.08	4	0.32
D2	Ausencia de incentivos económicos o fiscales para cambiar bolsas plásticas.	0.07	3	0.21
D3	Alto costo de alternativas biodegradables para negocios pequeños.	0.07	4	0.28

D4	Desinformación del impacto ambiental del plástico entre propietarios y clientes.	0.06	3	0.18
D5	Escasa promoción de campañas educativas sobre sostenibilidad.	0.05	3	0.15
D6	Resistencia al cambio de parte de los comerciantes tradicionales.	0.05	3	0.15
D7	Falta de políticas internas sobre manejo de residuos o bolsas.	0.04	3	0.12
D8	Poca articulación entre entidades públicas y sector comercial local.	0.03	2	0.06
D9	Pérdida de clientes sensibles al precio al eliminar bolsas gratuitas.	0.03	3	0.09
D10	Limitaciones logísticas para implementar sistemas de reciclaje o reducción de plástico.	0.03	2	0.06
	Total	0.48		1.62

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5

Matriz MEFI

Nº	Fortalezas	Peso	Calificación	Ponderado
F1	Conciencia ambiental creciente entre consumidores	0.08	4	0.32
F2	Existencia de normativas que apoyan la sostenibilidad	0.07	4	0.28
F3	Algunos supermercados han implementado prácticas sostenibles	0.06	3	0.18
F4	Disponibilidad de bolsas reutilizables en varios establecimientos	0.06	3	0.18
F5	Imagen positiva por parte de consumidores ante prácticas ecológicas	0.05	3	0.15
F6	Capacidad de inversión de grandes cadenas comerciales	0.05	3	0.15
F7	Potencial de alianzas con proveedores sostenibles	0.05	3	0.15
F8	Personal dispuesto a recibir capacitaciones en sostenibilidad	0.04	2	0.08

	Total	0.46		1.49
Debilidades				
D1	Baja implementación de estrategias sostenibles en tiendas pequeñas	0.08	4	0.32
D2	Alto costo de bolsas biodegradables para pequeños comercios	0.07	4	0.28
D3	Falta de campañas educativas sobre sostenibilidad	0.07	3	0.21
D4	Escasa información al cliente sobre normativas ambientales	0.06	3	0.18
D5	Resistencia al cambio por parte de comerciantes tradicionales	0.05	3	0.15
D6	Pérdida de clientes por cobro de bolsas reutilizables	0.05	2	0.10
D7	Falta de articulación entre gobierno local y comercios	0.04	2	0.08
D8	No todos los establecimientos reciclan o promueven prácticas ecológicas	0.04	2	0.08
D9	Limitado acceso a incentivos económicos o subsidios para prácticas sostenibles	0.04	2	0.08
	Total	0.50		1.48

Fuente: elaboración propia

Tabla 6

Matriz DOFA

Fortalezas (F)	Debilidades (D)
F1. Conciencia ambiental en crecimiento	D1. Baja adopción en tiendas pequeñas
F2. Existencia de normativas ambientales	D2. Costos altos de materiales alternativos
F3. Implementación parcial de estrategias sostenibles	D3. Falta de campañas educativas
F4. Disponibilidad de bolsas reutilizables	D4. Poca comunicación sobre regulaciones
F5. Imagen positiva por sostenibilidad	D5. Resistencia al cambio por parte de comerciantes

Oportunidades (O) O1. Nuevas leyes que promueven la sostenibilidad (Ley 2232 de 2022) O2. Aumento de consumidores conscientes O3. Acceso a programas e incentivos gubernamentales (Negocios Verdes) O4. Innovación en materiales biodegradables O5. Apoyo potencial de ONGs y entidades académicas	Amenazas (A) A1. Falta de claridad o apoyo institucional continuo A2. Aumento de costos logísticos o fiscales A3. Percepción negativa del cliente ante el cobro o restricción de bolsas A4. Competencia desleal de negocios que aún usan plástico sin regulación A5. Cambios lentos en cultura de consumo

Fuente: elaboración propia

Cruzamiento Estratégico DOFA

FO (Fortalezas – Oportunidades)

FO1: Promover alianzas con proveedores sostenibles y ONGs aprovechando la buena imagen ambiental (F5, O5).

FO2: Aprovechar la disposición de los clientes conscientes para lanzar campañas de concienciación con apoyo institucional (F1, O2, O3).

DO (Debilidades – Oportunidades)

DO1: Superar la falta de conocimiento mediante capacitaciones financiadas por incentivos del Estado (D3, D4, O3).

DO2: Apoyar a tiendas pequeñas con subsidios para implementar bolsas biodegradables (D1, D2, O1, O3).

FA (Fortalezas – Amenazas)

FA1: Contrarrestar la percepción negativa del cliente reforzando el mensaje ecológico y su impacto positivo (F5, A3).

FA2: Usar la conciencia ambiental y normativas para evitar retrocesos en políticas sostenibles (F1, F2, A1).

DA (Debilidades – Amenazas)

DA1: Crear programas de fidelización que compensen la pérdida de clientes por cobro de bolsas (D6, A3).

DA2: Fortalecer redes de colaboración entre comerciantes y gobierno para mitigar la resistencia al cambio (D5, A1, A4).

4.2 Modelos y tipologías de empaques y embalajes que se puedan utilizar en la ciudad de Pasto.

Teniendo en cuenta el estudio realizado y los resultados arrojados a continuación se propone diferentes tipos de empaque y embalajes que se puedan utilizar en los supermercados y tiendas de la ciudad de pasto.

Tabla 7

Empaques y embalajes

Tipología	Material	Tipo de uso	Vida útil	Descripción (material usado)	Ventajas	Desventajas
Bolsas compostables de bioplástico	Bioplástico vegetal (maíz, caña, papa)	Frutas, vegetales, pulpas, mermeladas	Compostable	Hechas con materias vegetales que se degradan naturalmente	Reducen plásticos, compostable, amigables con el ambiente	Necesitan condiciones específicas para compostaje
Bolsas de papel o cartón reciclado	Papel y cartón reciclado	Productos secos, granos, cajas de transporte	Desechable y reciclable	Material reciclado, biodegradable y reciclable	Bajo costo, ecológico, buena disponibilidad	Poca resistencia a humedad y productos pesados
Hojas de palma o bambú	Hoja natural	Frutas, comidas preparadas, mercados artesanales	Compostable	Material natural sin procesar, 100% biodegradable	Natural, cero plásticos, atractivo visual	No apto para productos líquidos o muy pesados

Celulosa moldeada	Celulosa vegetal	Carnes, verduras frescas	Compostable	Material reciclado moldeado ideal para bandejas alimentarias	Buena resistencia, biodegradable	No apta para productos líquidos sin recubrimiento
Bolsas hidrosolubles (PVA)	Alcohol polivinílico + orgánicos	Productos de limpieza, secos, empaques interiores	Desechable hidrosoluble	Se disuelven en agua sin dejar residuos plásticos	Ecológicas, no contaminan ecosistemas acuáticos	Costo elevado, sensibles a humedad
Bolsas de tela o rafia reutilizable	Tela (algodón, polipropileno tejido)	Transporte de compras, frutas, mercado	Reutilizable	Alternativa duradera, se puede lavar y usar múltiples veces	Alta resistencia, reducción de residuos	Requiere limpieza y mayor cuidado
Cajas plegables reutilizables	Plástico rígido o cartón reforzado	Logística, almacenamiento	Reutilizable	Contenedores para distribución que se pueden usar múltiples veces	Optimiza logística, duraderas	Mayor inversión inicial
Palets de madera certificada	Madera reciclada o certificada	Transporte de grandes volúmenes	Reutilizable	Base logística reutilizable para apilamiento y carga	Reutilizables, resistentes, fácil reparación	Requiere espacio, peso elevado
Espumas biodegradables	Almidón de maíz	Protección de productos frágiles	Desechable compostable	Alternativa al icopor para embalaje de productos delicados	Compostables, buena absorción de impactos	No apto para humedad, menor durabilidad que poliestireno
Empaques minimalistas a granel	Ninguno (sin empaque adicional)	Productos a granel	Reutilizable (con envase del cliente)	Venta sin empaques, el cliente usa su propio recipiente	Cero residuos, fomenta consumo responsable	No aplica a todos los productos, depende del consumidor

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presentan las imágenes descritas en la tabla anterior:

Figura 31

Bolsas de bioplástico



Fuente: tomado de "ALVA"

Figura 32

Bolsas de Papel y cartón reciclado



Fuente: tomado de eco. reciclat

Figura 33

Bolsas de hojas de palma o bambú



Fuente: tomado de Mercado Libre (2018)

Figura 34

Celulosa moldeada



Fuente: tomado de BETICA

Figura 35

Bolsas Hidrosolubles



Fuente: tomado de COPLASEM

Figura 36

Bolsas de tela o rafia



Fuente: tomado de PROIMDIMA (2020)

Figura 37

Palets de madera certificada o reciclada



Fuente: tomado de europalet.com

Figura 38

Cajas plegables reutilizables



Fuente: tomado de Amazon 1996-2025

Figura 39

Embalaje espumas biodegradables



Fuente: tomado de BRAFIM (2023)

Figura 40

Embalajes minimalistas o granel



Fuente: tomado de Occi Olachea (2014)

Se considera fundamental destacar la importancia de diseñar e implementar estrategias sostenibles y aplicables que puedan ser adoptadas de manera efectiva por los negocios dedicados a la comercialización en la ciudad de Pasto.

Estas estrategias deben tener en cuenta las características operativas, logísticas y económicas de cada establecimiento, especialmente en el caso de tiendas de barrio y pequeños supermercados, donde los recursos pueden ser limitados. En este sentido, se sugiere la implementación de mecanismos de incentivo dirigidos a los consumidores, tales como descuentos, beneficios por fidelización o promociones dirigidas a quienes utilicen bolsas reutilizables, lo cual no solo reduce el impacto ambiental, sino que también fortalece la relación cliente-negocio. Asimismo, se plantea la necesidad de fomentar procesos de educación ambiental dentro y fuera de los puntos de venta mediante señalización informativa, material educativo visible y campañas de sensibilización orientadas al entendimiento del impacto ambiental generado por el uso desmedido de bolsas plásticas.

Estas acciones contribuirán significativamente al cambio de hábitos de consumo y al fortalecimiento de una cultura ambientalmente responsable. De igual manera, se resalta la importancia de emplear los diseños de empaques propuestos de manera racional, garantizando que estos respondan no solo a criterios de sostenibilidad ambiental, como biodegradabilidad, posibilidad de reutilización y bajo impacto en el ciclo de vida, sino también a parámetros de funcionalidad comercial, viabilidad económica y aceptación por parte del consumidor.

La racionalidad en el uso de estos diseños implica seleccionar alternativas que optimicen recursos, faciliten su implementación en el entorno comercial local y generen valor agregado tanto

para el cliente como para el establecimiento. En consecuencia, la articulación entre estrategias operativas, procesos educativos y la aplicación racional de diseños sostenibles permitirá avanzar hacia un modelo de comercialización ambientalmente responsable, coherente con los principios de sostenibilidad, economía circular y consumo consciente promovidos por la legislación ambiental vigente y las tendencias globales en responsabilidad empresarial.

4.3 Proponer estrategias de forma eficiente para los procesos de comercialización en tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto.

Teniendo en cuenta el estudio realizado y los resultados arrojados a continuación se propone un plan de acción con las siguientes estrategias.

Tabla 8

Plan de acción

Estrategia	Objetivo	Meta	Actividades	Responsables	Tiempo	Recursos
Promover alianzas con proveedores sostenibles y ONGs aprovechando la buena imagen ambiental.	Fortalecer la cooperación institucional y privada para promover la sostenibilidad comercial en Pasto.	Firmar convenios con ONGs, universidades o proveedores sostenibles a corto plazo.	Identificar ONGs y universidades aliadas. Organizar reuniones de cooperación. Diseñar proyectos conjuntos de sostenibilidad. Divulgar los acuerdos en medios locales.	Equipo de investigación, Alcaldía de Pasto, Cámara de Comercio, ONGs aliadas.	8 meses	\$1.000.000 COP (reuniones, comunicación, difusión).
Aprovechar la disposición de los clientes conscientes para lanzar campañas de concienciación con apoyo institucional.	Incrementar la sensibilización ciudadana sobre consumo responsable.	Aumentar el conocimiento de sostenibilidad del 12,5% al 40% en 6 meses.	Diseñar materiales educativos (carteles, videos, folletos). Realizar charlas en tiendas y supermercados. Promocionar en redes y medios locales. Incluir mensajes ecológicos en puntos de pago.	Equipo de investigación, Secretaría de Ambiente, medios locales.	6 meses	\$1.500.000 COP (materiales, publicidad, talleres).
Superar la falta de conocimiento mediante capacitaciones financiadas por incentivos del Estado.	Aumentar la capacitación de comerciantes en sostenibilidad y normativas ambientales.	Capacitar al 80% de los establecimientos participantes en 10 meses.	Solicitar apoyo al programa 'Negocios Verdes'. Diseñar módulos de formación ambiental. Realizar jornadas presenciales y virtuales. Evaluar conocimientos adquiridos.	Alcaldía de Pasto, Ministerio de Ambiente, Cámara de Comercio.	10 meses	\$2.000.000 COP (materiales, instructores, transporte).
Apoyar a tiendas pequeñas con subsidios para implementar bolsas biodegradables.	Facilitar la adopción de materiales sostenibles en tiendas y supermercados mediante el uso de bolsas hidrosolubles y compostables.	Lograr que el 50% de tiendas pequeñas sustituyan el plástico y adopten estas nuevas medidas en 12 meses.	Gestionar incentivos económicos y subsidios. Entregar kits de bolsas hidrosolubles y compostables. Asesorar sobre proveedores ecológicos. Hacer seguimiento al uso responsable.	Secretaría de Desarrollo Económico, asociaciones de comerciantes.	12 meses	\$3.000.000 COP (subsidios, bolsas, asesoría técnica).
Contrarrestar la percepción negativa del cliente reforzando el mensaje ecológico.	Mejorar la aceptación ciudadana de las políticas ambientales.	Reducir quejas de clientes por cobro de bolsas en un 40% en 6 meses.	Diseñar mensajes positivos sobre impacto ecológico. Difundir casos de éxito locales. Crear etiquetas con frases de sostenibilidad. Publicar testimonios en redes sociales.	Comerciantes, equipo de comunicación, Alcaldía.	6 meses	\$800.000 COP (diseño gráfico, publicidad, campañas).
Usar la conciencia ambiental y normativas para evitar retrocesos en políticas sostenibles.	Garantizar la continuidad de las prácticas ecológicas en comercios.	Aumentar la participación en programas ambientales al 70% en 1 año.	Implementar políticas internas sostenibles. Monitorear avances trimestralmente. Difundir resultados en foros públicos. Promover certificaciones verdes.	Alcaldía de Pasto, Ministerio de Ambiente, Comerciantes.	12 meses	\$1.200.000 COP (monitoreo, eventos, certificaciones).
Crear programas de fidelización que compensen la pérdida de clientes por cobro de bolsas.	Fomentar el consumo responsable sin afectar las ventas.	Aumentar en un 30% el uso de bolsas reutilizables en 1 año.	Implementar puntos por consumo sostenible. Ofrecer descuentos por uso de bolsas propias. Promocionar bolsas ecológicas a bajo costo. Evaluar resultados de ventas.	Tiendas y supermercados, Cámara de Comercio.	12 meses	\$2.000.000 COP (sistema de puntos, publicidad, descuentos).
Fortalecer redes de colaboración entre comerciantes y gobierno para mitigar la resistencia al cambio.	Consolidar una red local de comercio sostenible.	Crear una red de al menos 20 comercios comprometidos en 9 meses.	Realizar mesas de diálogo multisectorial. Elaborar acuerdos voluntarios de sostenibilidad. Publicar un boletín digital mensual. Organizar ferias de productos sostenibles.	Alcaldía, comerciantes, universidades, ONGs.	9 meses	\$1.500.000 COP (eventos, diseño boletín, logística).

Fuente: elaboración propia

1. Promover alianzas con proveedores sostenibles y ONGs aprovechando la buena imagen ambiental

Inicio

El proyecto inicia con una convocatoria liderada por la Alcaldía de Pasto y la Cámara de Comercio para identificar ONGs, universidades y proveedores de productos sostenibles interesados en apoyar la reducción del uso de bolsas plásticas.

Se realiza un diagnóstico de las entidades locales que trabajan en temas de sostenibilidad (ej. Fundación EcoVida, CORPONARIÑO, Universidad CESMAG).

Desarrollo

- Reuniones de acercamiento: se organizan mesas de trabajo entre comerciantes y las instituciones aliadas para definir áreas de cooperación (capacitaciones, campañas o implementación de bolsas biodegradables).
- Diseño de proyectos conjuntos: se acuerdan iniciativas como “Tiendas Verdes Pasto” que busca certificar comercios con prácticas sostenibles.
- Formalización de alianzas: se firman convenios de cooperación con ONGs y universidades.
- Difusión pública: la Alcaldía y los aliados publican los convenios y resultados iniciales en redes y medios locales.

Finalización y Evaluación

Se mide el número de alianzas logradas, la cantidad de tiendas participantes y los resultados en prácticas sostenibles (reducción del uso de bolsas, adopción de empaques ecológicos).

Resultado esperado: red consolidada de comercios sostenibles con al menos 5 alianzas activas en 8 meses.

2. Lanzar campañas de concienciación con apoyo institucional

Inicio

Se diseña una campaña de comunicación ambiental llamada “*Compra con conciencia, cuida tu planeta*”.

Se definen los mensajes clave sobre sostenibilidad y consumo responsable.

Desarrollo

- Diseño de materiales: se crean carteles, videos cortos, publicaciones para redes y folletos informativos con apoyo de estudiantes de comunicación.
- Difusión: los materiales se distribuyen en supermercados, tiendas y redes sociales.

- Activaciones públicas: se realizan charlas en colegios, ferias ambientales y zonas comerciales, invitando a los consumidores a llevar sus propias bolsas.
- Alianzas: las campañas se difunden en medios locales con apoyo del gobierno municipal.

Finalización y Evaluación

Se realiza una encuesta de seguimiento para medir el incremento del conocimiento sobre sostenibilidad (objetivo: pasar del 12,5% al 40%).

Resultado esperado: aumento de la conciencia ambiental y reducción del uso de bolsas plásticas.

3. Capacitaciones en sostenibilidad para comerciantes

Inicio

Se convoca a comerciantes de tiendas y supermercados a un programa gratuito de capacitación ambiental financiado por el Ministerio de Ambiente y el programa “Negocios Verdes”.

Desarrollo

- Diseño curricular: se preparan módulos sobre normativa ambiental, gestión de residuos y economía circular.
- Capacitaciones presenciales y virtuales: los talleres se dictan cada mes en centros comunitarios y vía Zoom.
- Material pedagógico: se entrega un manual digital “Comercio Sostenible en Pasto”.
- Asesoría personalizada: se ofrece acompañamiento técnico a negocios que deseen certificarse como establecimientos sostenibles.

Finalización y Evaluación

Los participantes presentan un plan de mejora ambiental para sus negocios.
Se mide la asistencia y la aplicación de lo aprendido (meta: capacitar al 80% de los establecimientos).

Resultado esperado: comerciantes formados y aplicando prácticas sostenibles en sus locales.

4. Apoyo económico a tiendas pequeñas para implementar bolsas biodegradables

Inicio

La Secretaría de Desarrollo Económico lanza una convocatoria para que las tiendas de barrio se inscriban en el programa “*Comercio Verde Pasto*”, que otorga kits de bolsas biodegradables.

Desarrollo

- Selección de beneficiarios: se eligen 50 tiendas con mayor impacto local.
- Entrega de kits: se distribuyen paquetes de bolsas compostables y se brindan talleres de uso adecuado.
- Proveedores aliados: se conecta a las tiendas con fabricantes locales de empaques ecológicos.
- Seguimiento: visitas técnicas verifican la adopción de las bolsas biodegradables.

Finalización y Evaluación

Se realiza una medición trimestral del número de bolsas plásticas sustituidas.

Resultado esperado: 50% de tiendas pequeñas usando materiales biodegradables en 12 meses.

5. Contrarrestar la percepción negativa de los clientes sobre el cobro de bolsas

Inicio

Ante la inconformidad de algunos consumidores, se lanza la campaña “*Tu aporte pesa menos que una bolsa*”, para explicar el impacto positivo del cobro ambiental.

Desarrollo

- Comunicación visual: afiches con mensajes ecológicos en cajas de pago.
- Videos testimoniales: comerciantes y clientes explican los beneficios ambientales.
- Etiqueta ecológica: se coloca en las tiendas un sello verde con el mensaje “*Comercio Responsable con el Planeta*”.
- Promociones ecológicas: descuentos en productos sostenibles a quienes usen bolsas reutilizables.

Finalización y Evaluación

Se monitorea la reducción de quejas en los comercios y se compara con el número de bolsas entregadas.

Resultado esperado: reducción del 40% en las quejas por cobro y mayor aceptación de la medida.

6. Mantener la continuidad de políticas sostenibles

Inicio

Se institucionaliza un “Comité Verde del Comercio” en la Alcaldía, con representantes de tiendas, supermercados y entidades ambientales.

Desarrollo

- Elaboración de políticas internas: manual de buenas prácticas ambientales.
- Monitoreo trimestral: revisión de avances y ajustes de las estrategias.
- Divulgación de resultados: foros y publicaciones en medios.
- Certificación verde: las tiendas que cumplan estándares reciben un sello de reconocimiento público.

Finalización y Evaluación

El comité presenta un informe anual con avances, impactos y comercios certificados.

Resultado esperado: 70% de comercios mantienen prácticas sostenibles durante el primer año.

7. Crear programas de fidelización para fomentar el uso de bolsas reutilizables

Inicio

Las tiendas y supermercados implementan el programa de puntos “Compra Limpio”, donde los clientes ganan beneficios por llevar su propia bolsa.

Desarrollo

- Diseño del sistema: por cada compra sin bolsa plástica, el cliente acumula puntos.
- Promoción: se publicita el programa en redes y puntos de venta.
- Incentivos: los puntos pueden canjearse por descuentos o productos ecológicos.
- Evaluación mensual: se registra el aumento del uso de bolsas reutilizables.

Finalización y Evaluación

Se comparan los datos antes y después de la implementación (meta: aumentar 30% el uso de bolsas reutilizables).

Resultado esperado: clientes más comprometidos y reducción del plástico en circulación.

8. Fortalecer redes de colaboración entre comerciantes y gobierno

Inicio

Se crea la “Red Local de Comercio Sostenible” integrada por comerciantes, Alcaldía, universidades y ONGs.

Desarrollo

- Mesas de diálogo: se realizan reuniones trimestrales para compartir experiencias.
- Acuerdos voluntarios: los comercios firman compromisos de reducción de residuos.
- Boletín digital: se publican casos de éxito y noticias sobre sostenibilidad.
- Ferias verdes: se organizan eventos donde se exhiben productos ecológicos locales.

Finalización y Evaluación

La red alcanza 50 comercios miembros y publica un informe anual con sus logros ambientales.

Resultado esperado: comunidad comercial comprometida y activa en la transición hacia un modelo sostenible.

Conclusiones

El análisis permitió identificar que, en la mayoría de los establecimientos comerciales de la ciudad de Pasto, especialmente en supermercados y tiendas de barrio, se han empezado a implementar prácticas de sostenibilidad relacionadas con la reducción del uso de bolsas plásticas. Sin embargo, estas acciones son recientes, en su mayoría desarrolladas entre los años 2023 y 2024, lo cual evidencia que, a pesar de los avances normativos a nivel nacional, la adopción de medidas sostenibles en los procesos de comercialización ha sido lenta y requiere de mayor continuidad y consolidación.

Se observó que las tiendas de barrio concentran el mayor flujo de distribución de bolsas plásticas, siendo los actores más influyentes en los hábitos de consumo de los hogares. Los supermercados muestran mayor capacidad de adaptación y cumplimiento de las políticas ambientales debido a su estructura organizativa y recursos. Esto indica que las estrategias de sostenibilidad deben priorizar a los pequeños comerciantes, quienes representan un reto mayor, pero también una oportunidad significativa para generar cambios masivos en los modelos de consumo en la ciudad.

La investigación permitió establecer que existen alternativas viables a las bolsas plásticas de un solo uso, entre las que destacan las bolsas de tela, fibra natural y papel reciclado, así como empaques biodegradables a base de yuca, fique y escamas de pescado. Estas opciones no solo se ajustan a las exigencias ambientales actuales, sino que también responden a la creciente conciencia de los consumidores que buscan productos más responsables con el entorno.

La utilización de empaques sostenibles genera beneficios adicionales más allá del impacto ambiental, puesto que contribuye al fortalecimiento de la imagen de las tiendas y supermercados frente a los consumidores. Al adoptar embalajes ecológicos, los establecimientos logran diferenciarse de la competencia, posicionándose como negocios responsables y alineados con tendencias de sostenibilidad globales, lo que incrementa la confianza y fidelización de sus clientes.

Los resultados muestran que las estrategias más efectivas son aquellas que combinan incentivos económicos con medidas educativas. El otorgamiento de descuentos a clientes que lleven sus propias bolsas, la venta de bolsas reutilizables a bajo costo y los programas de fidelización han sido bien recibidos y constituyen un medio eficaz para motivar cambios de

comportamiento. Estas prácticas, acompañadas de una adecuada comunicación, permiten disminuir la resistencia al cambio y facilitan la transición hacia un consumo más sostenible.

Se concluye que, aunque existen normativas nacionales como la Ley 2232 de 2022 que prohíbe la producción y comercialización de plásticos de un solo uso, su efectividad depende en gran medida de la articulación entre comerciantes, consumidores y autoridades locales. La falta de campañas educativas y de acompañamiento por parte del gobierno ha limitado el impacto de estas políticas. Por ello, las estrategias propuestas deben integrar no solo la regulación, sino también la concienciación ciudadana y el compromiso empresarial, generando un enfoque integral que promueva la sostenibilidad en la ciudad de Pasto.

Recomendaciones

Fortalecer las campañas de educación y sensibilización ambiental: Los resultados evidencian que gran parte de la población conoce el daño ambiental de las bolsas plásticas, pero aún desconoce el concepto de sostenibilidad en sentido amplio. Por ello, los supermercados y tiendas deberían implementar campañas educativas visibles en sus instalaciones y redes sociales, mediante afiches, charlas comunitarias y mensajes en los puntos de pago, con el fin de generar una cultura de consumo responsable y sostenible.

Incentivar el uso de bolsas reutilizables mediante beneficios económicos: Una de las medidas con mayor respaldo entre los consumidores es otorgar descuentos o beneficios a quienes lleven sus propias bolsas. Los comercios pueden implementar programas de fidelización, obsequiar bolsas ecológicas en fechas especiales o venderlas a precios bajos, incentivando así la reducción progresiva del uso de bolsas plásticas.

Adoptar empaques y embalajes alternativos sostenibles: Se recomienda la introducción de empaques biodegradables, de papel reciclado o bolsas de tela, adaptados a diferentes tamaños y necesidades de compra. Esto no solo contribuye a reducir el impacto ambiental, sino que también mejora la imagen de responsabilidad social de los establecimientos frente a los consumidores.

Fomentar la economía circular en los comercios: Los establecimientos deberían instalar puntos de recolección de bolsas plásticas usadas y otros residuos reciclables, en alianza con asociaciones de recicladores locales o programas de gestión ambiental. Con ello, se impulsa la reutilización y reciclaje de materiales, transformando los residuos en nuevos productos y aportando al cumplimiento de la economía circular en la ciudad.

Anticiparse al cumplimiento de la normativa nacional: Es necesario que tiendas y supermercados se preparen con antelación para la eliminación progresiva de plásticos de un solo uso establecida en la Ley 2232 de 2022. Adoptar desde ahora empaques biodegradables y sistemas alternativos permitirá a los establecimientos no solo cumplir con la ley, sino también diferenciarse en el mercado como líderes en sostenibilidad.

Priorización de acciones en tiendas de barrio: Dado que representan la mayor proporción en la distribución de bolsas plásticas, los esfuerzos deben enfocarse en apoyar a los pequeños comerciantes con capacitaciones, subsidios para adquirir empaques sostenibles y

materiales informativos que les permitan sensibilizar a sus clientes. Esto garantizará un impacto más amplio y equitativo en la ciudad.

Fortalecer la comunicación entre comerciantes y consumidores: Una debilidad identificada fue la escasa información brindada a los clientes sobre la normativa y las alternativas sostenibles. Se recomienda a los establecimientos mejorar los canales de comunicación mediante avisos claros, capacitación del personal y mensajes directos en los puntos de pago, lo cual aumentará la aceptación de las medidas implementadas y reducirá la percepción negativa de los consumidores.

Referencias

- BBVA. (2024). ¿Cuánto tarda en desaparecer una bolsa de plástico? recuperado de:
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/cuanto-tarda-en-desaparecer-una-bolsa-de-plastico/>
- Ciro Ríos, L. S., (2006). la teoría y su función en los tres modelos de investigación. Anáfora, 13(20), 66-76.
<https://www.redalyc.org/pdf/3578/357835619004.pdf>
- Daly, H. E. (1996). Beyond growth: The economics of sustainable development. Beacon Press.
<https://archive.org/details/beyondgrowth00herm/page/248/mode/2up>
- Ecologiapedia. (2024). ¿Qué es la sostenibilidad? Definición, conceptos y ejemplos. Conocimiento Para Un Mundo Sostenible.
<https://ecologiapedia.com/que-es-la-sostenibilidad-definicion-conceptos-y-ejemplos/>
- Editorial Atecé. (2021, Julio 16). Educación Ambiental - Concepto, funciones, objetivos, importancia. Concepto.
<https://concepto.de/educacion-ambiental/>
- Economía circular. Gov.Co. (2024) consumo sostenible.
<https://economiacircular.minambiente.gov.co/index.php/transicion-a-la-economia-circular/consumo-sostenible/>
- Economía circular. Gov.Co. (2024) plan nacional de negocios verdes
<https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/plan-nacional-de-negocios-verdes/>
- Greenpeace México. (2019). Tirando el futuro: las empresas ofrecen falsas soluciones a la contaminación por plásticos - Greenpeace México.
<https://www.greenpeace.org/mexico/publicacion/3356/tirando-el-futuro-las-empresas-ofrecen-falsas-soluciones-a-la-contaminacion-por-plasticos/>
- Greenpeace Colombia. (2019). Situación actual de los plásticos en Colombia y su impacto en el ambiente.
<https://clinicamasp.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/Informe-Final-Completo-Pl%C3%A1sticos-GREENPEACE.pdf>

- Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación. <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodolog%C3%A1-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>
- Jenny Villafuerte Parí (2022). Trabajo de suficiencia profesional “impuesto al consumo de las bolsas plásticas, su impacto financiero y tributario en supermercados cusco año 2021” https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/12198/1/Tesis_impuesto_consumo_bolsas_plasticas_impacto_financiero_tributario_supermercados_Cusco.pdf
- Jeymy Lizeth Silvestre Gámez. (2020). Evaluación ambiental de alternativas para sustituir las bolsas plásticas por biodegradables en las grandes superficies de Bogotá. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23375/2020jeymysilvestre.pdf>
- Javier Ismodes Cascon. (2016). El enfoque de Carroll – Niveles de Responsabilidad Social. <https://es.linkedin.com/pulse/el-enfoque-de-carroll-niveles-responsabilidad-social-ismodes-cascon>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing. Pearson. https://www.academia.edu/43892309/Direccion_en_Marketing_Kotler_y_Keller_1
- Kerlinger, F. N. (1986). Investigación en ciencias humanas. Mc Graw Hill. https://www.academia.edu/6753714/Investigacion_Del_Comportamiento_Kerlinger_Fred_N_PF
- Labra, O. (2013). Positivismo y constructivismo: Un análisis para la investigación social. Rumbos TS. Un Espacio Crítico Para La Reflexión En Ciencias Sociales. <https://revistafacso.ucentral.cl/index.php/rumbos/article/view/135>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2023). Menos Plásticos por la vida. <https://www.minambiente.gov.co/plasticos-por-la-vida/>
- ONU. (2021). Informe de la ONU sobre contaminación por plásticos advierte sobre falsas soluciones y confirma la necesidad de una acción mundial urgente. <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/informe-de-la-onu-sobre-contaminacion-por-plasticos>

Pereira, H. (2023, noviembre 29). La importancia de una estrategia corporativa de sostenibilidad para las empresas y el medio ambiente. Kaizen.com; Kaizen Institute Consulting Group.
<https://kaizen.com/es/insights-es/importancia-estrategia-sostenibilidad/>

Parlamento Europeo. (2023) Economía circular: definición, importancia y beneficios.
<https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios>

Packoi. (2024). ¿Qué son los envases biodegradables? Una guía definitiva.
<https://es.packoi.com/blog/biodegradable-packaging/>



Anexos

Anexo A. Encuesta dirigida a los hogares que consumen productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto

Objetivo: Recolectar información para generar estrategias que ayuden a mitigar el impacto ambiental generado por el mal uso de las bolsas plásticas

Estrato: _____

Nivel de ingresos: _____

Número de integrantes: _____

1. Sabía usted que las bolsas plásticas generan un impacto tan nocivo en el medio ambiente?

Sí _____

No _____

2. ¿Con qué frecuencia compra en tiendas o supermercados en Pasto?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Otros _____

3. Cuando usted lleva las bolsas a su casa, las re utiliza, o simplemente las tira a la basura?

Reutiliza ____

Tira a la Basura ____

4. En sus compras de víveres en los supermercados normalmente usted.

Solicita más bolsas ____

Pide que le separen los productos por tipo, en bolsas separadas ____

Lleva sus compras directamente al vehículo sin solicitar bolsas ____

No solicita bolsas ____

5. ¿Sabe que es sostenibilidad?

Sí

No

No estoy seguro

6. ¿Utilizas bolsas reutilizables al hacer tus compras?

Siempre

A veces

Nunca

7. ¿Qué tipo de bolsa prefiere utilizar al realizar sus compras?

Bolsas reutilizables

Bolsas de papel

Bolsas plásticas desechables

No utilizo bolsas

Otros _____

8. ¿Cree que el mal uso de las bolsas plásticas afecta el medio ambiente en Pasto?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

9. ¿Ha notado algún cambio en las políticas sobre el uso de bolsas plásticas en tiendas y supermercados de su ciudad?

Sí, han mejorado

Sí, han empeorado

No he notado cambios

10. ¿Qué medidas cree que deberían implementar las tiendas y supermercados para reducir el uso de bolsas plásticas?

Promover más bolsas reutilizables

Cobrar por las bolsas plásticas

Ofrecer incentivos por traer bolsas propias

Otras (especificar): _____

10. ¿cree que con las nuevas leyes interpuestas por el gobierno la contaminación reducirá?

Si

No

11. ¿Qué tan informado se siente sobre las alternativas a las bolsas plásticas?

Muy informados

Algo informados

Poco informados

No informados

12. ¿Cuál cree que es la responsabilidad principal de los supermercados en la gestión de la sostenibilidad?

Informar a los consumidores

Reducir el uso de plásticos

Ofrecer productos sostenibles

Todas las anteriores

14. ¿Qué acciones realiza para cuidar el medio ambiente en relación a las bolsas?

Reutiliza

Comparte

Compra bolsas de materiales biodegradables.

13. ¿cómo ayudaría a mejorar el impacto de las bolsas plásticas al medio ambiente?

Reducirá significativamente el uso de bolsas plásticas ____

Seguirá usando las bolsas, pero emprenderá tareas de reciclaje ____

Continuara con el uso normal de las bolsas plásticas ____

Muchas gracias por su colaboración



Anexo B. Encuesta dirigida a los comercializadores de productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto

Objetivo: Recolectar información para generar estrategias que ayuden a mitigar el impacto ambiental generado por el mal uso de las bolsas plásticas.

1. Nombre de la tienda o supermercado: _____

2. Ubicación (ciudad y barrio): _____

3. Tipo de establecimiento:

Supermercado

Minimercado

Tienda de conveniencia

Otro: _____

4. ¿Desde qué año comenzó su establecimiento a implementar medidas de reducción o cobro de bolsas plásticas?

2016

2017 - 2019

2020 - 2022

2023 – 2024

5. ¿Qué medidas ha implementado en su establecimiento para cumplir con la normativa de reducción de bolsas plásticas?

Cobro adicional por cada bolsa plástica

Incentivos para el uso de bolsas reutilizables

Eliminación total de bolsas plásticas

Uso de materiales alternativos biodegradables

Otras: _____

6. ¿Qué tamaños de bolsas plásticas utilizaban con más frecuencia?

Pequeñas

Medianas

Grandes

Variado según el producto

7. ¿Con qué frecuencia informa a sus clientes sobre la normativa y la importancia de reducir el uso de bolsas plásticas?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Rara vez

Nunca

8. ¿Quién era el proveedor principal de las bolsas plásticas que utilizaban?

Nombre del proveedor: _____

No estoy seguro

9. ¿Cuál ha sido la reacción de los clientes al solicitarles pagar o traer sus propias bolsas?

Mayormente positiva

Neutra

Mayormente negativa

Desconozco _____

10. ¿Qué tipo de bolsas plásticas ofrecían a sus clientes?

Bolsas plásticas de un solo uso

Bolsas biodegradables

Bolsas reutilizables

Otros (especificar): _____

11. ¿Ha recibido quejas específicas de clientes sobre la falta de bolsas plásticas o el cobro de estas?

Sí, frecuentemente

Sí, pero pocas veces

No

12. ¿Ha notado alguna disminución en sus ventas debido a la implementación de la normativa de bolsas plásticas?

Sí, las ventas han disminuido

No, las ventas se han mantenido iguales

No estoy seguro(a)

13. ¿Su empresa realiza algún tipo de reciclaje de las bolsas plásticas usadas?

Sí

No

14. ¿Ha adoptado alguna alternativa para disminuir la percepción negativa de los clientes sobre la normativa de bolsas plásticas?

Sí, ofreciendo bolsas reutilizables a precios accesibles

Sí, ofreciendo descuentos para quienes llevan sus propias bolsas

No

Otra _____

15. ¿Considera que el apoyo o información del gobierno ha sido suficiente para la implementación de estas normas?

Sí, el apoyo ha sido suficiente

Ha sido útil, pero podría mejorar

No ha sido suficiente

16. Ahora después de la Resolución 668 del 2016 que pretendió cobrar un impuesto al uso de la bolsa plástica y la ley 2232 de 2022 que establece la eliminación de 21 productos plásticos de un solo uso. ¿Qué estrategias han implementado en el tema de empaques y embalajes en el negocio?

Muchas gracias por su colaboración

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 10 de agosto de 2026

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
 Universidad CESMAG
 Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado **Gestión de sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto**, presentado por el (los) autor(es) **David Alexander Montenegro Quiroz, y Daniel Esteban Meneses Andrade** del Programa Académico **Administración de Empresas** al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



LUIS EDUARDO BENAVIDES PUPIALES

Número de documento: 1085264113

Programa académico: Administración de Empresas

Teléfono de contacto: 3217640827

Correo electrónico: lebenavides@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: David Alexander Montenegro Quiroz	Documento de identidad: 1067959050
Correo electrónico: Davidmont123hotmail.com	Número de contacto: 3245883314
Nombres y apellidos del autor: Daniel Esteban Meneses Andrade	Documento de identidad: 1004214854
Correo electrónico: Dema3188560507@gmail.com	Número de contacto: 3128121202
Nombres y apellidos del asesor: Luis Eduardo Benavides Pupiales	Documento de identidad: 1085264113
Correo electrónico: lebenavides@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3217640827
Título del trabajo de grado: Gestión de sostenibilidad en la comercialización de productos de tiendas y supermercados en la ciudad de Pasto	
Facultad y Programa Académico: Ciencias Administrativas y Contables – Administración de Empresas	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento abarca las siguientes características:

- La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.

- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 10 días del mes de Agosto del año 2026

 Firma del autor	 Firma del autor
Nombre del autor: David Alexander Montenegro Quiroz	Nombre del autor: Daniel Esteban Menese Andrade
 Nombre del asesor: Luis Eduardo Benavides Pupiales	