RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Jesús Alirio Pérez Amaya Juan Camilo Viera Criado
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de Empresas
DIRECTOR	Carlos Alberto Pacheco Sánchez
TÍTULO DE LA TESIS	Análisis de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en la sector comercio de Ocaña, Norte de Santander
TITULO EN INGLES	Analysis of the Sustainable Development Goals (SDG) applied in the commercial sector of Ocaña,North of santander

RESUMEN
(70 palabras)

El presente documento es producto de una investigación sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados por el sector comercio de Ocaña, cuyo propósito principal fue analizar las diversas acciones que contemplan los comerciantes dentro de sus actividades frente a los procesos de sostenibilidad que hoy en día los mercados requieren para la puesta en marcha de negocios sostenibles. Por lo anterior, el estudio partió del cumplimiento de tres objetivos específicos, el primero de ellos fue identificar los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña.

RESUMEN EN INGLES

This document is the product of a research on the Sustainable Development Goals (SDG) applied by the commerce sector of Ocaña, whose main purpose was to analyze the various actions that merchants contemplate within their activities regarding the sustainability processes that today in day the markets require for the implementation of sustainable businesses. Therefore, the study started from the fulfillment of three specific objectives, the first of which was to identify the main Sustainable Development Goals that have been applied by companies in the commerce sector of Ocaña.

PALABRAS CLAVES	Objetivos de desarrollo sostenible, sector comercio, alianzas, conciencia, procesos organizacionales, caracterización.
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Sustainable development goals, trade sector, alliances, awareness, organizational processes, characterization.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 85	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:

Análisis de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander

Jesús Alirio Pérez Amaya

Juan Camilo Viera Criado

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Administración de Empresas

Mg. Carlos Alberto Pacheco Sánchez

15 de diciembre de 2023

Índice

Capítulo 1. Análisis de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander 13

1.1 Planteamiento del problema 13

1.2 Formulación del problema 15

1.3 Objetivos (general y específicos) 16

1.3.1 General 16

1.3.2 Específicos 16

1.4 Justificación 16

1.5 Delimitaciones 19

1.5.1 Delimitación operativa 19

1.5.2 Delimitación conceptual 19

1.5.3 Delimitación geográfica 20

1.5.4 Delimitación temporal 20

Capítulo 2. Marco referencial 21

2.1 Marco histórico 21

2.1.1 Antecedentes históricos de la aplicación de los ODS en el sector comercio a nivel internacional 21

2.1.2 Antecedentes históricos de la aplicación de los ODS en el sector comercio a nivel nacional 24

2.1.3 Antecedentes históricos de la aplicación de los ODS en el sector comercio a nivel local 27

2.2 Marco contextual 27

2.3 Marco conceptual 28

2.4 Marco teórico 33

2.4.1 De las teorías del desarrollo hacia las teorías del desarrollo sostenible 33

2.4.2 Teoría de la participación en la agenda 2030 para el desarrollo sostenible..... 35

2.4.3 El liderazgo empresarial en los ODS: de la teoría a la acción..... 37

2.4.4. La acción empresarial en los ODS 39

2.5 Marco legal 41

2.5.1 Constitución política de Colombia de 1991 41

2.5.2 Ley 99 de 1993..... 41

2.5.3 Resolución 70/1 de 2015..... 42

2.5.4 ley 1931 de 2018 43

2.5.5. Resolución 0505 del 2022 44

Capítulo 3. Diseño metodológico..... 45

3.1 Tipo de investigación 45

3.2 Población y muestra 46

3.2.1 Población..... 46

3.2.2 Muestra..... 47

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de información y técnicas de análisis de datos 48

3.4 Análisis de la información..... 48

Capítulo 4. Resultados..... 49

4.1 Caracterización inicial del sector comercio en el que se analiza la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)..... 49

4.2 Identificación de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña para la generación de valor y competitividad 55

4.2.1 Resultados de la encuesta sobre la aplicación de los ODS en el sector comercio de Ocaña 56

4.2.2 Análisis de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña 82

4.3 Establecimiento de la relación entre los procesos organizacionales gestionados por el sector comercio de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030..... 84

4.3.1 Resultados de la encuesta sobre la relación existente entre los procesos organizacionales y los ODS según los comerciantes de Ocaña 84

4.3.2 Análisis de la relación entre los procesos organizacionales gestionados por el sector comercio de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)..... 92

4.4 Definición de las estrategias y enfoques requeridos para la adecuada aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades productivas del sector comercio de Ocaña 94

4.4.1 Resultados de la encuesta sobre las estrategias más adecuadas para aplicar los ODS en el sector comercio 94

4.4.2 Estrategias que se proponen para el fomento de los ODS en el sector comercio de Ocaña 97

4.4.3 Enfoques empresariales requeridos para la adecuada aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades productivas del sector comercio de Ocaña 106

Capítulo 5. Conclusiones.....109

Capítulo 6. Recomendaciones.....111

Referencias.....113

Apéndice.....119

Lista de tablas

Tabla 1. Clasificación de la población empresarial del sector comercio de Ocaña 46

Tabla 2. Género del comerciante.....49

Tabla 3. Edad del comerciante 50

Tabla 4. Nivel de escolaridad del comerciante.....51

Tabla 5. Tipo de bien comercializado 52

Tabla 6. Años de experiencia del comerciante.....53

Tabla 7. Tamaño de la empresa que posee el comerciante.....54

Tabla 8. ODS 1. Fin de la pobreza, aplicado en el sector comercio de Ocaña 56

Tabla 9. ODS 2. Hambre cero, aplicado en el sector comercio de Ocaña.....57

Tabla 10. ODS 3. Salud y bienestar, aplicado en el sector comercio de Ocaña.....59

Tabla 11. ODS 4. Educación de calidad, aplicado en el sector comercio de Ocaña 60

Tabla 12. ODS 5. Igualdad de género, aplicado en el sector comercio de Ocaña.....62

Tabla 13. ODS 6. Agua limpia y saneamiento, aplicado en el sector comercio de Ocaña 63

Tabla 14. ODS 7. Energía asequible y no contaminante, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 65

Tabla 15. ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 66

Tabla 16. ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 68

Tabla 17. ODS 10. Reducción de las desigualdades, aplicado en el sector comercio de Ocaña... 70

Tabla 18. ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 71

Tabla 19. ODS 12. Producción y consumo responsable, aplicado en el sector comercio de Ocaña 73

Tabla 20. ODS 13. Acción por el clima, aplicado en el sector comercio de Ocaña 74

Tabla 21. ODS 14. Vida submarina, aplicado en el sector comercio de Ocaña 76

Tabla 22. ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres, aplicado en el sector comercio de Ocaña77

Tabla 23. ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña 79

Tabla 24. ODS 17. Alianzas para lograr objetivos, aplicado en el sector comercio de Ocaña 80

Tabla 25. Análisis de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña 83

Tabla 26. Los ODS en los procesos organizaciones del sector comercio según los resultados de la encuesta 85

Tabla 27. Tipo de estrategia que considera más adecuada el comerciante para aplicar en su establecimiento comercial y encaminar sus actividades al cumplimiento de los ODS 94

Lista de figuras

Figura 1. Nivel porcentual de los ODS trabajados por las empresas en España 22

Figura 2. Prácticas sostenibles realizadas desde los diversos sectores empresariales de Colombia 26

Figura 3. Simbología de los ODS según su concepto 29

Figura 4. Esquema gráfico de la teoría de la participación en la agenda 2030..... 36

Figura 5. Pasos para aplicar los ODS en las empresas según la guía de SDG Compass 40

Figura 6. Género del comerciante 50

Figura 7. Edad del comerciante 51

Figura 8. Nivel de escolaridad del comerciante 52

Figura 9. Tipo de bien comercializado 53

Figura 10. Años de experiencia del comerciante..... 54

Figura 11. Tamaño de la empresa que posee el comerciante 55

Figura 12. ODS 1. Fin de la pobreza, aplicado en el sector comercio de Ocaña 56

Figura 13. ODS 2. Hambre cero, aplicado en el sector comercio de Ocaña 58

Figura 14. ODS 3. Salud y bienestar, aplicado en el sector comercio de Ocaña 59

Figura 15. ODS 4. Educación de calidad, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 61

Figura 16. ODS 5. Igualdad de género, aplicado en el sector comercio de Ocaña 62

Figura 17. ODS 6. Agua limpia y saneamiento, aplicado en el sector comercio de Ocaña 64

Figura 18. ODS 7. Energía asequible y no contaminante, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 65

Figura 19. ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 67

Figura 20. ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 69

Figura 21. ODS 10. Reducción de las desigualdades, aplicado en el sector comercio de Ocaña .70

Figura 22. ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 72

Figura 23. ODS 12. Producción y consumo responsable, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 73

Figura 24. ODS 13. Acción por el clima, aplicado en el sector comercio de Ocaña 75

Figura 25. ODS 14. Vida submarina, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 76

Figura 26. ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 78

Figura 27. ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña..... 79

Figura 28. ODS 17. Alianzas para lograr objetivos, aplicado en el sector comercio de Ocaña 81

Figura 29. Los ODS en los procesos organizaciones del sector comercio según los resultados de la encuesta 87

Figura 30. Infografía resumen de la relación entre los procesos organizacionales y los ODS..... 93

Figura 31. Tipo de estrategia que considera más adecuada el comerciante para aplicar en su establecimiento comercial y encaminar sus actividades al cumplimiento de los ODS..... 95

Figura 32. Enfoques que se deben contemplar para su aplicación de los ODS..... 106

Figura 33. Descripción de cada uno de los enfoques requeridos en la aplicación de los ODS ... 107

Figura 34. Etapas requeridas para aplicar los enfoques de los ODS en el sector comercio de Ocaña..... 108

Lista de apéndice

Apéndice A. Encuesta diseñada para ser aplicada en el sector comercio de Ocaña.....119

Apéndice B. Evidencias fotográficas de la aplicación de la encuesta al sector comercio de Ocaña..... 124

Resumen

El presente documento es producto de una investigación sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados por el sector comercio de Ocaña, cuyo propósito principal fue analizar las diversas acciones que contemplan los comerciantes dentro de sus actividades frente a los procesos de sostenibilidad que hoy en día los mercados requieren para la puesta en marcha de negocios sostenibles.

Por lo anterior, el estudio partió del cumplimiento de tres objetivos específicos, el primero de ellos fue identificar los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña para la generación de valor y competitividad, seguidamente, fue necesario establecer la relación entre los procesos organizacionales gestionados y los ODS, para finalmente definir las estrategias y enfoques requeridos para la adecuada aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Los cuales a su vez, fueron desarrollados bajo una metodología descriptiva con enfoque cuantitativo en la que se aplica una muestra de 189 comerciantes que dieron respuesta a la encuesta diseñada como instrumento de recolección de información.

Ahora bien, entre los principales resultados obtenidos se destaca que la población de comerciante aplica diversas actividades en fomento de los ODS, tales son la generación de empleo, productos asequibles a toda la población, y capacitaciones a su personal. Así como relacionan los procesos organizaciones con la gestión de los ODS y requieren de estrategias para seguir impulsando la sostenibilidad y las metas de la Agenda 2030.

Introducción

La investigación tiene en cuenta diversas consideraciones que han surgido alrededor del tema del desarrollo sostenible, pues se dice que este nace como una respuesta a los nocivos efectos del modelo empresarial y la producción sobre la naturaleza, problemática que ha generado una coyuntura internacional justificada en las pocas acciones que se han establecido, lo cual ha dado lugar a la consolidación de la Agenda 2030, a través de la cual se construyen los ODS.

Bajo este contexto, el siguiente trabajo pretende realizar un análisis sobre los ODS que se han aplicado dentro del sector comercio de Ocaña y aportan al cumplimiento de la Agenda 2030. Cabe mencionar, que se tiene a consideración la forma y acciones que han adoptado los comerciantes como población en estudio para tal finalidad y desarrollar sus procesos a partir de la sostenibilidad exigida por los mercados globalizados. Además, se tiene presente la relación que existe entre las actividades organizacionales con los ODS, que vienen estableciéndose a través de la satisfacción de los clientes, la misión, visión, uso de los recursos, etc.

De esta manera, fue relevante analizar la aplicación de los ODS por parte de los comerciantes de Ocaña, partiendo de su iniciativa por adoptar acciones sostenibles y de RSE que se encaminan al cumplimiento de las metas planteadas por la agenda 2030. Igualmente, se destaca en la investigación que sus procesos organizacionales y comerciales no son ajenos a los ODS y por tal motivo, deben guiarse mediante estrategias enfocadas a la sostenibilidad.

Capítulo 1. Análisis de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

Las transformaciones sociales, económicas, políticas y ambientales de los últimos años, han traído consigo grandes efectos en el sector empresarial, pues una de las principales consecuencias en el mercado es la globalización, en donde las economías dependen cada vez más unas de las otras para su crecimiento, son susceptibles a las crisis y existe un mayor grado incertidumbre para la sociedad. Este panorama, les ha exigido a las empresas aumentar sus niveles de responsabilidad con su medio y grupos de interés, siendo una necesidad el impulsar sus actividades de forma sostenible de la mano con la institucionalidad, centrando sus esfuerzos en la búsqueda de soluciones mediante la creación de guías, normas y sistemas de certificación como herramientas de gestión que les permita asegurar la sostenibilidad desde su campo y hacerle frente a los desmesurados cambios que a corto plazo las pueden impactar (Gil & Barcellos, 2011).

Torres, (2018) afirma que la preocupación del grupo empresarial radica en que el desarrollo sostenible surgió como una respuesta a las afectaciones del modelo económico y de producción impartido por las mismas empresas sobre la naturaleza. Motivo que los obligó a tomar acciones y una de ellas fue la inclusión en la Agenda 2030, formalizada por la Organización de las Naciones Unidas, estableciendo alianzas públicas-privadas con los diversos entes y participando en la construcción de los 17 ODS (Objetivos de Desarrollos Sostenible), en

donde entregaron una serie de informes de gestión con lo que consideraron que promovieron su eje estratégico para el desarrollo global.

Sin embargo, la problemática parte de la relación que existe entre el ámbito empresarial y su entorno, la cual se ha caracterizado por la indiferencia, especialmente en el uso y dispositivo de residuos que causa su actividad productiva. Igualmente, los estudios datan que más del 40% de las organizaciones en el mundo no son conscientes del papel que desempeñan en la sociedad y ejecutan sus labores desconociendo los paradigmas que suelen darse en el contexto social. Por lo que, el cambio que se requiere para lograr un verdadero desarrollo sostenible se da desde el momento en que las empresas comienzan a reconocer el impacto generado en el medio ambiente y la sociedad. Es la razón por la cual, se dice que el concepto de empresa sostenible todavía no se ha completado ni gestionado en este sector, a lo que también se le suma la poca preparación con la que cuentan directivos, empleados y operarios para asumir el reto de adoptar la sostenibilidad y específicamente las metas de los ODS (Costa, et al., 2016).

Por otro lado, en el marco de las empresas colombianas Mohammed, (2015) delegada de la secretaría de las Naciones Unidas en el país, manifiesta que la aplicación de los ODS en las Mipymes va más allá de las acciones ambientales, ya que su participación ha de ser amplia y profunda, pues lo cierto es que no pueden quedarse rezagadas frente al tema del desarrollo sostenible, ya que esto afecta de alguna manera su reputación y tienden a perder la oportunidad de crear un negocio innovador en el mercado actual, además porque difícilmente podrá definir un desarrollo basado en la eliminación de las injusticias y desigualdades sin contemplar los ODS en su estructura organizacional.

En este orden de ideas, el escenario global sobre el desarrollo sostenible, ha llegado a tal punto de que existe la necesidad de abordar los ODS en el sector comercio de Ocaña, el cual también hace parte del sistema empresarial y económico donde se ha vuelto prioridad la sostenibilidad, encontrándose en la obligación de fomentar una productividad orientada a mitigar los riesgos existentes en el medio ambiente, en la sociedad e incluso en el consumo de los productos, afectaciones que muchos comerciantes, emprendedores y empresarios del municipio pueden desconocer y por lo tanto ejecutan sus actividades sin tener presente la forma en la que aplican en sus negocios las prácticas de sostenibilidad. Además surgen en la investigación, diversos ejes que hasta el momento carecen de análisis, como lo es el compromiso que tienen las empresas comercializadoras de bienes por aplicar y apropiar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la afinidad de sus procesos organizacionales con los efectos del orden social.

Por lo anterior, se pretende abordar el problema desde el sector comercio de Ocaña y la aplicación de los ODS, y a partir de ello, generar aportes considerables que dan soluciones a los obstáculos que actualmente rodean la sostenibilidad y los requerimientos establecidos para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades de productividad local.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo son aplicados los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos (general y específicos)

1.3.1 General

Analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Específicos

Identificar los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña para la generación de valor y competitividad.

Establecer la relación entre los procesos organizacionales gestionados por el sector comercio de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030

Definir las estrategias y enfoques requeridos para la adecuada aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades productivas del sector comercio de Ocaña.

1.4 Justificación

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, son diseñados con la finalidad de reunir esfuerzos comunes a nivel global que permitan dar cumplimiento al conjunto de metas establecidas en la Agenda 2030 y cuya vocación es promover la cooperación entre los diversos

actores sociales, y uno estos son las empresas, a las cuales se le ha reconocido el papel que pueden y deben desempeñar en materia de erradicación de la pobreza, reducción de la desigualdad y lucha contra el cambio climático, entre otras temáticas agrupadas en los ODS. En este sentido, las organizaciones tanto del sector público como privados, están llamadas a ser partícipes del cambio social, económico y ambiental, contribuyendo a un mejoramiento que los beneficia de todas las maneras posibles, pues la sostenibilidad les permite crear un entorno donde las actividades productivas se desarrollen en mercados estables, competitivos, un sistema financiero transparente, gobierno sin corrupción, materias primas y energía accesibles, consumidores con poder adquisitivo y empleados capacitados (Remacha, 2017).

Ahora bien, según lo plantea la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018) se espera que las empresas independientemente de sus actividades productivas, sirvan como promotoras de la creatividad e innovación para resolver problemas relacionados con la sostenibilidad en el mundo. Así mismo, que sean estas las que adopten prácticas propias encaminadas al desarrollo sostenible relacionadas con el empleo digno, empoderamiento de la mujer, inversión en investigación y desarrollo, protección ambiental y transparencia en el manejo de los recursos, acciones que van más allá de lucrarse y las hace más responsables con su medio.

Por otro lado, la implementación de los ODS aporta a la gestión interna de las empresas, marcando la ruta necesaria para establecer el modelo de negocio deseado en el mercado, puesto que estos ayudan a identificar herramientas que muestra cuales son los riesgos y oportunidades de sostenibilidad para las organizaciones, como aplicarlos y que indicadores utilizar para llevar a cabo un control y seguimiento de tales objetivos. Igualmente, los ODS aplicado en las empresas,

contribuyen a la optimización de la competitividad y rendimiento empresarial, debido a que integra el sistema interno que fortalece la toma decisiones, permite direccionar de mejor manera los recursos significando la reducción de costos y genera una mayor confianza a los inversionistas (Stanley, 2015).

Desde esta perspectiva, la investigación sobre los ODS aplicados en el sector comercio de Ocaña, busca analizar la forma en que la esta población empresarial de la localidad ha venido generando valor al hacer parte de su proceso la sostenibilidad, como componente de sus acciones sociales. De igual manera, la principal razón para realizar el presente análisis, se debe a que son las empresas comerciales un eje fundamental en el crecimiento de la región, de ahí que es importante que estas puedan contemplar la influencia de su actividad productiva no solo en la economía sino además en el desarrollo social y ambiental. Como también, son los resultados obtenidos aquí, una invitación a reflexionar sobre sus estrategias de negocio y cuáles son los verdaderos enfoques que han de seguir para establecer una organización que se caracterice por contribuir con el cumplimiento de los ODS.

Entre tanto, el presente proyecto investigativo tiene una trascendencia dentro de la sociedad comerciante de Ocaña, al motivar a los empresarios, propietarios y emprendedores a aplicar dentro de sus organizaciones los ODS, los cuales se han convertido en un factor clave para desarrollar las labores productivas integrando los factores de crecimiento económico, la sociedad y la preservación del medio ambiente.

Por consiguiente, es conveniente este estudio, porque relaciona conceptos actuales derivados de los ODS y su implicación en las organizaciones, como lo son desarrollo sostenible y estrategia empresarial de sostenibilidad, cuyo abordaje también contribuye a la formación de los futuros administradores de empresas, permitiendo contemplar un tema que los prepara para ejecutar sus conocimientos en los diversos escenarios del entorno.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación operativa

En el proceso de ejecución de los objetivos planteados fue necesario desarrollar diversas fases investigativas, en las cuales se llevó a cabo un trabajo de campo, etapa donde existieron inconvenientes operacionales relacionados con el tiempo, disponibilidad de la población de comerciantes y el alcance de los recursos financieros. Ante tales situaciones, los investigadores tomaron acciones de contingencia de la mano del director, como lo fue recurrir a técnicas de recolección de datos más completos y establecer horarios para su aplicación acordados con los empresarios.

1.5.2 Delimitación conceptual

Para comprender la temática de investigación, se tuvieron presente los conceptos de: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Sector comercio, Competitividad sostenible, Procesos

organizacionales, Agenda 2030, Productividad sostenible, Desarrollo sostenible en la empresa, Negocio sostenible.

1.5.3 Delimitación geográfica

El análisis de los ODS aplicados en las empresas, se realizó en el sector comercio del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.4 Delimitación temporal

Los objetivos de investigación requirieron de ocho (8) semanas para su complimiento, tiempo que comenzó a contarse una vez fue aprobado el cronograma de actividades.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Antecedentes históricos de la aplicación de los ODS en el sector comercio a nivel internacional

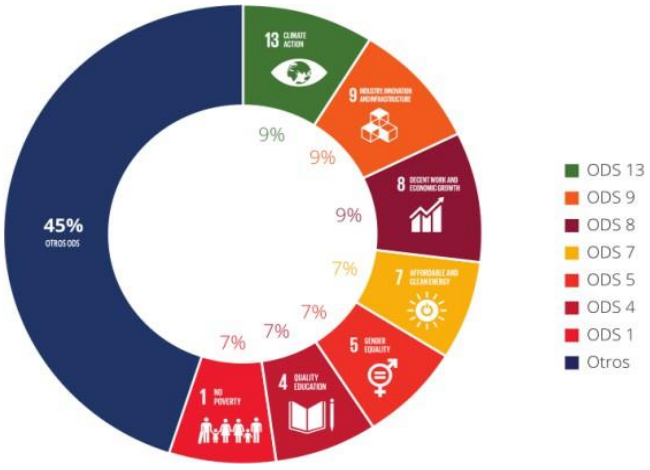
Los ODS surgen en septiembre del año 2015 con la aprobación dada a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible por parte de la Asamblea General de las Naciones Unidas, desde entonces, se ha establecido como una hoja ruta transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental. El cumplimiento de dichas metas trazadas para la sostenibilidad global, incluye la participación de diversos actores, entre los que se encuentran las empresas comercializadoras de bienes y servicios, ya que son estas, consideradas agentes que contribuyen con su actividad al crecimiento económico y a la creación de fuentes de empleo. Es el motivo por el cual se afirma que el comercio cumple un papel fundamental en los ODS y lo hace aportando mediante los siguientes objetivos: ODS 2 hambre cero, ODS 3 salud y bienestar, ODS 8 trabajo decente, ODS 10 reducción de la desigualdades y ODS 12 producción y consumo responsable. Así mismo, la función que desempeña la actividad comercializadora dentro del marco de los ODS, se establece con en el proceso de intercambio entre la demanda y oferta, las inversiones sobre la capacidad productiva, principalmente en la agricultura, innovación y generación de alianzas para el bienestar común (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2019).

En este sentido, con el surgimiento de los ODS, las unidades comerciales comienzan a aportar a su cumplimiento mediante las actividades productivas y con un mayor interés por el

medio ambiente y por combatir las diversas problemáticas sociales y económicas que rodean al planeta, dando origen a una nueva temática de estudio que relaciona los procesos sostenibles y su aplicación en las organizaciones. En España, aparece Mehmed, (2018) aborda este tema en un informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las empresas españolas, en el cual se afirma que para el año 2017 desde los sectores empresariales era muy baja la participación en la gestión sostenible propuesta en la agenda global y no se trabajaba de manera consciente en ninguno de los 17 objetivos planteados. Sin embargo, la situación cambia, cuando es el propio país desde su sistema de gobierno quien adopta políticas de sostenibilidad y las empresas formarían parte de esa economía sostenible, es así que al día de hoy usan estrategias centradas en un reconocimiento sostenible que atrae y retienen a empleados, genera confianza en los consumidores, clientes e inversionistas, mediante tal implementación, se logra conocer el nivel porcentual de los ODS trabajados mediante las iniciativas empresariales en España:

Figura 1

Nivel porcentual de los ODS trabajados por las empresas en España



Nota. La figura da a conocer el nivel porcentual de los ODS trabajados mediante las iniciativas empresariales en España, según el informe de (Mehmed, 2018).

En cuanto al tejido empresarial de América Latina, desde hace varios años atrás también ha orientado sus esfuerzos a la promoción de los ODS, en Ecuador por ejemplo, el sector manufacturero integró en el 2019, las tecnologías digitales en los procesos de producción, realizando una convergencia entre las tecnologías físicas y biológicas que dieron vida a una industria 4.0, escenario que permitió la generación de un conocimiento más conciencia y una productividad basada en el accionar de compañías que tienen presente en sus actividades el impacto causado en la sociedad, economía y medio ambiente. Este cambio en la industria ecuatoriana, refleja la aplicación de los objetivos de desarrollo sostenible, tales son ODS 7, energía asequible y no contaminante, ODS 8, trabajo decente y crecimiento económico, ODS 9, industria, innovación e infraestructura, entre otros más a considerar, debido a que mediante esta renovación se controla el gastos energéticos de la planta de producción, se optimizan los servicios, el mantenimiento a las maquinarias es flexible, existe fuente de energía renovables y en la fabricación del producto reduce el uso de materiales y hay una disminución importante de los residuos (Novoa, 2018).

En México el estudio de la Secretaría de Economía, (2021) sobre el avance de las empresas de este país en materia de desarrollo sostenible, evidencia de una manera general que se posee un compromiso frente al fomento de los ODS, mediante el desarrollo de actividad económica, la generación de empleo, capacitación de recurso humano, la incorporación tecnológica y la responsabilidad ambiental. No obstante, también se afirma que las organizaciones continúan enfrentando grandes desafíos en términos de sostenibilidad, que se han venido agravando por la crisis del covid 19, pues datos estadísticos revelan que el 70% de los negocios consideran que desde su posición son pocas las acciones de desarrollo sostenible que

han podido realizar en medio de la pandemia y únicamente el 31% tiene un presupuesto asignado para ello, situación que se relaciona directamente con los efectos de emergencia, ya que en el mercado existe aún mucha incertidumbre y dinamismo que hace que las organizaciones se enfoque solo en aumentar sus ventas.

En general, las empresas utilizan las acciones de desarrollo sostenible para dar una respuesta a las preocupaciones que ha generado el deterioro económico y medioambiental ocasionado por la misma industrialización y técnicas laborales ejecutadas en los sistemas productivos. Por lo que desde la época contemporánea, se ha venido consolidando movimientos que cuestionan los modelos de negocios y la baja apropiación de los ODS, ya que en una sociedad como la actual ha de promoverse la capacidad empresas de los países a partir de una productividad y consumo sostenible, siendo este el camino que propone la aparición de nuevos esquemas organizacional como la economía circular y la contabilidad ambiental (Torres, 2018).

2.1.2 Antecedentes históricos de la aplicación de los ODS en el sector comercio a nivel nacional

Según el informe de la Comisión ODS, (2018) para el año 2016 se presenta en Colombia el primer reporte sobre el manejo de los procesos sostenibles denominado “Reporte Nacional Voluntario”, en este se contemplan las iniciativas y experiencias en el marco de la adopción de la Agenda 2030, particularmente comenzando en la etapa de alistamiento, es decir, el proceso para llevar a cabo una incorporación temprana de los ODS en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 y Plan de Desarrollo Territorial 2019, creando con ello una institucionalidad sectorial

orientada a la implementación de los objetivos sostenibles en el país, para la alineación entre la paz, negociadores y empresa privadas y públicas. Dos años más tarde, se evidencian los resultados, destacando la inclusión de las organizaciones pertenecientes de los sectores económicos en la política nacional establecida en el documento CONPES "Estrategia para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en Colombia". También se desarrollan seguimiento sobre las fuentes financieras destinadas a la ejecución de los ODS, siendo este el punto de partida para la construcción de una estrategia de financiamiento sostenibilidad conjuntamente con el sector empresarial privado que iniciaron con proveer información relacionada con sus aportes a los ODS.

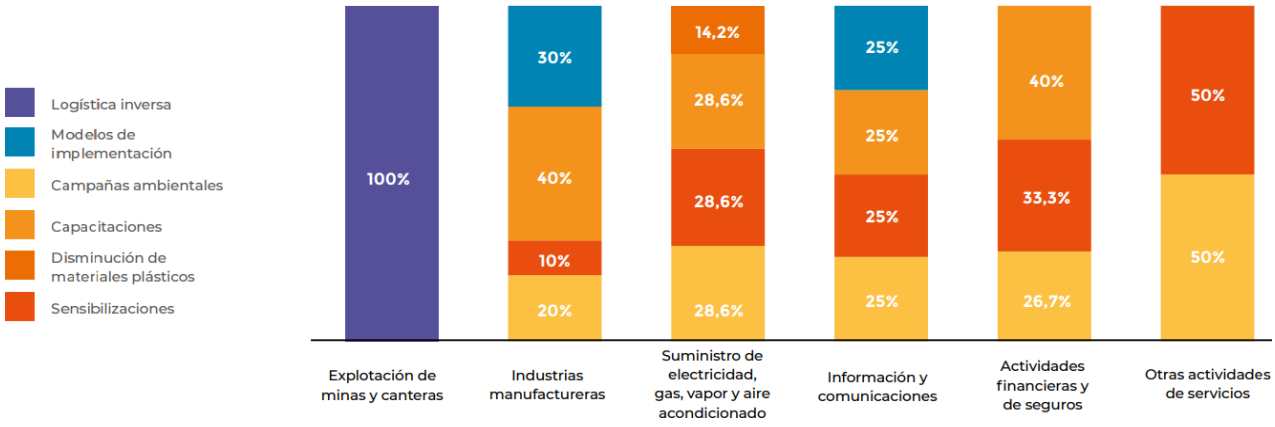
De igual manera, cabe mencionar que las empresas colombianas han realizado actividades de la mano con la Ciencia, Tecnología e Innovación para contribuir a los ODS. Por tal motivo, se han hecho visibles eventos colaborativos entre universidad y empresas, abordando la importancia de cambiar las prácticas comerciales y producción tradicional, con lo que se pueda aportar mediante entre todos los sectores económicos hacia la inversión tradicional, transformar las cadenas de suministro de materias primas y definir mejores políticas organizacionales. Otro ejercicio realizado, que demuestra el interés de los empresarios del país por los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, comprendió abordar diversos temas en 100 preguntas, las cuales son formuladas desde la academia, gobierno y delegados europeos, en donde se hallan las principales preocupaciones a las que se pueden aportar desde los diversos sectores empresariales, tales son la sostenibilidad ambiental, seguridad alimentaria, tierra, agricultura, energía, recursos naturales, desecho y crecimiento económico, a partir de dicho

análisis surgen propuestas para expandir la promoción de los ODS mediante la educación, la ciencia y la tecnología (Chavarro, et al., 2017).

Además de lo anterior, en un reciente informe que realiza la Cámara de comercio de Bogotá, (2018) “unidos por los ODS, el aporte de nuestras empresas”, en el que se recopila y analiza información sobre una muestra de 21 organizaciones de 7 sectores diferentes, en relación a la posición frente a las metas ODS y en el que se identifican oportunidades de trabajar con otros actores y aunar esfuerzos que garanticen el cumplimiento de compromisos por la sostenibilidad empresarial, fue posible obtener los siguientes resultados en materia de prácticas sostenibles impartidas dentro sus procesos:

Figura 2

Prácticas sostenibles realizadas desde los diversos sectores empresariales de Colombia



Nota. La figura muestra las prácticas sostenibles realizadas desde los diversos sectores empresariales de Colombia, según informe (Cámara de comercio de Bogotá , 2018).

La figura evidencia que entre las prácticas aplicadas por las empresas en búsqueda del cumplimiento de los ODS se encuentran: la logística inversa, modelos sostenibles, campañas ambientales, capacitaciones, uso de plástico y sensibilizaciones.

2.1.3 Antecedentes históricos de la aplicación de los ODS en el sector comercio a nivel local

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son incluidos en el Plan de Desarrollo Más por Ocaña, (2020), específicamente en la línea de acción denominada “Ocaña más incluyente, competitiva e innovadora”, en donde a nivel local y desde la gestión municipal se ha venido asumiendo el compromiso frente a las políticas públicas del origen social y productos del cual forman parte los sectores económicos entre ellos el comercial. Particularmente se viene abordando los siguientes ODS: ODS 1 (fin de la pobreza), ODS 4 (educación de calidad), ODS 7 (energía asequible), ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), ODS 9 (innovación e infraestructura), ODS 15 (vida en los ecosistemas terrestres) y ODS 13 (acción por el clima). De igual manera, en documento se han establecido los pactos que se realizan a nivel municipal para promover el desarrollo sostenible desde el sector comercio entre estos se encuentra: pacto por el emprendimiento en donde se agrupa la económico mediante la formalización y la productividad; pacto por la equidad, centrada en la calidad de los productos comercializados en el mercado; pacto por la promoción y protección cultura, estableciendo como eje para el desarrollo de la economía naranja y finalmente el pacto por la transformación digital, en donde participan las empresas locales en la era de la tendencia tecnológica.

2.2 Marco contextual

Contextualmente la investigación se desarrolla en el municipio de Ocaña, el cual forma parte del departamento Norte de Santander y posee grandes características entre las que se encuentra función a nivel municipal el centro de la región del Catatumbo. En relación, sector

comercio de Ocaña, este suele desempeñar un papel principal en el desarrollo económico del mismo, debido a que las actividades con mayor concentración en el municipio son el intercambio de bienes y servicios, así como también, existe un reconocimiento del sector de agricultura y la ganadería, sin embargo, sigue siendo la comercialización de los productos en donde se concentran los esfuerzos por generar desarrollo económico y empleabilidad. Cabe resaltar, que las actividades económicas de la localidad, generalmente las desarrollan personas naturales mediante pequeños y medianos negocios en que suelen ofertar productos previamente fabricados, además son estos constituidos mediante emprendimientos informales y de tipo familiar, en donde la dirección se enfoca a la administración que realizan sus propietarios (Arévalo & Pacheco Carrascal, 2019).

2.3 Marco conceptual

En el documento guía de Voluntarios de las Naciones Unidas, (UVN, 2019) se considera que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), son una declaración universal que integran metas enfocadas al desarrollo de los procesos sostenibles globales, establecidos mediante políticas que abarcan una amplia gama de desafíos económicos, sociales y ambientales. Se definen también, como las líneas de acción para llevar a cabo una planeación, control y direccionamiento de las estrategias sostenibles que proponen los países en materia de sostenibilidad interna. A su vez, cada Objetivo de Desarrollo Sostenible, se encuentra fundamentado en dar una solución a algunas de las problemáticas del planeta, al integrar punto por punto oportunidades que contribuyen al establecimiento de iniciativas sobre el compromiso

social. Los ODS establecidos son un total de 17 y se representan mediante símbolos de acuerdo a su orientación, así como se muestra en la siguiente figura:

Figura 3

Simbología de los ODS según su concepto



Nota. La figura muestra simbología mediante la cual se presentan los ODS según su concepto

Por lo anterior, los ODS representan una base transformadora y de cambio de perspectiva de la población, debido a que su esencia radica en la transparencia, participación e inclusión, partiendo de que es asunto de todos y por tanto la responsabilidad frente a su cumplimiento depende de analizar la situación, tomar conciencia y de compromiso para abordarlo (Voluntarios de las Naciones Unidas, [UVN], 2019).

Ahora bien, dentro del contexto investigativo se hace importante mencionar el concepto de sector comercio, el cual se refiere a aquellas actividades en que no se producen o fabrican los productos o bienes tangibles, pues al adquirirlos ya previamente transformados para su comercialización, es de esta manera que contribuyen al funcionamiento de la economía mediante el intercambio comercial que se genera entre quien demanda y oferta los bienes. En tal sentido, se le denomina comercio, a la labor socioeconómica que consiste en la compra y venta de los productos, que son adquiridos para uso o la misma venta en el mercado, proceso que genera en el medio operaciones, transacciones y negociación del valor. En este sector, se le ha llamado comerciante a la persona que ejerce física y jurídicamente la actividad comercial bajo una sociedad mercantil creada de manera formal (Serna, 2011).

Por otro lado, la competitividad sostenible representa según Jiménez y Gómez, (2014) la evolución de la competencia empresarial hacia los niveles económicos, sociales y ambientales que se reconocen en el medio y es considerado actualmente un factor relevante en la generación de valor organizacional debido a su relación con la aceptación de la empresa en el mercado. En el proceso de crear una competitividad sostenible, no solamente participa la empresa sino que se involucran otros actores como los son sus proveedores, clientes, empleados y demás sectores de la economía. De la sostenibilidad empresarial, se dice que tiene origen en la necesidad de reflexionar en la competitividad como un factor en que interactúan con los problemas ambientales, sociales y económicos y la búsqueda de soluciones por parte de las empresas a estos desafíos, lo cual ha sido un proceso que ha cobrado gran relevancia por estar vinculado con los ODS y el papel que estos juegan en el desempeño empresarial, la rentabilidad y sostenibilidad de los productos.

Los procesos organizacionales, son sistemas estructurados que comprenden la gestión interna y externa de las empresas y cuyos esfuerzos coordinados para su funcionamiento tienen la finalidad de dar alcance con los objetivos planeados por toda organización. Estos procesos, se encuentran centrados en acciones mediante las cuales se asignan responsables para su cumplimiento y permiten definir quién son los elementos que se relacionan y sobre quienes recaen el control operaciones para su correcto desarrollo. Entre los procesos organizaciones se encuentran: procesos de innovación, procesos operativos, procesos de venta, proceso de atención al cliente, procesos de postventa, entre otros, que se encuentran relacionados con el rendimiento empresarial. En cuanto a los procesos organizacionales externos, se dice que agrupan aquellas estrategias orientadas a la economía global, políticas, competencias, clientes e incluso el ambiente laboral. Estos procesos organizacionales determinan la estabilidad de en el mercado frente a los cambios del medio que la pueden impactar (Smith, 2006).

Sobre la Agenda 2030, se dice que es una hoja de ruta que presenta oportunidades para aplicar estrategia sobre el desarrollo sostenible en los países, por lo que establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental en los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas, su definición se basa en la garantizarían de los derechos humanos, en el que el compromiso de los participantes es velar por el crecimiento sostenible, integrado, con inclusión social y protección al medio ambiente. La Agenda, es un plan de acción amplio cuyas metas trazadas van de la mano con la reducción de los problemas del plante como la desigualdad y contaminación, por lo que reúne los 17 ODS para que a través de estos se evalúen y analicen los avances del desarrollo sostenible de manera colectiva y regional (United Nations System Staff College [UNSSC], 2019).

En este orden de ideas, hablar de productividad sostenible, es hacer referencia a los procesos de mejoramiento productivo que favorecen la relación entre la cantidad de recursos empleados por las empresas y la cantidad de bienes y servicios producidos. La sostenibilidad productiva se encuentra determinada por la capacidad de la unidad empresa para fabricar o comercializar los bienes en un grado aprovechamiento de los recursos lo que genera un valor agregado a sus sistemas de producción. Sobre la productividad sostenible, se dice que hoy en día tiene una relación directa con los procesos de mejoramiento continuo, la gestión de calidad y los estándares de calidad a los que llega la empresa una vez ha aumentado su utilidad y rendimiento de manera sostenible. El desarrollar una productividad sostenible, surge en el campo empresarial, como una necesidad poder tener óptimos procesos enfocados a aportar a la economía, a la sociedad y al medio ambiente, pues los resultados de esta interacción son márgenes de utilidad altos, se combate la crisis y hay un mejor desempeño frente a los que produce, la competitiva y lo niveles de calidad (García, et al., 2020).

En cuanto al desarrollo sostenible en la empresa, Sánchez, (2019) afirma que es un nuevo enfoque que se da a partir de la ejecución de las actividades empresariales al promover la inclusión social, optimización de los recursos naturales y la reducción de los efectos ambientales, es decir, que la organización acoge un papel en la preservación de la integridad del planeta aportando beneficios sostenibles en los procesos de recuperación económica y ambiental de su medio. Al aplicar un desarrollo sostenible en los negocios, estos se fundamentan en los conceptos de riesgos y oportunidades, al exigir la sustentabilidad empresarial contemplar en sus procesos las dimensiones económicas, ambiental y sociales, gestionadas de forma integral para generar una ventaja competitiva.

Finalmente, un negocio es sostenible cuando introduce en su modelo de gestión la sostenibilidad como factor determinante en la captación de valor económico pero también valor social y medio ambiental enfocados en sus stakeholders (Prado, 2013).

Los negocios sostenibles son en esencia, la creación de innovación sostenible dirigida a u mercado donde proporcionan un beneficios social, ambiental y económico. Se puede decir, que la sostenibilidad de las empresas inicia con la creación de nuevos productos, servicios y técnicas que reducen sustancialmente el impacto en los ecosistemas y aumentan con su consumo la calidad de vida de las personas. La sostenibilidad aplicada a los negocios implica desarrollar un proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades que al aprovecharlas provocan una prosperidad generalizada mediante su actividad económica. En resumen un negocio sostenible, va acorde con el comportamiento que la empresa asume en relación a sus entorno social, económico y ambiental, pues es mediante este que logra plasmar sus verdaderas acciones en cuanto a la gestión humana, el desecho de los recursos, la participación en la eco eficacia y la tecnología, entre otros factores (Moreno, 2016).

2.4 Marco teórico

2.4.1 De las teorías del desarrollo hacia las teorías del desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible ha significado dentro de las teorías del desarrollo un proceso de cambio en articulación con el crecimiento económico, social y ambiental. Esta aparición, dada por la crítica de los movimientos ambientalistas quienes manifestaron su preocupación por los

resultados de las actividades productivas principalmente en el ambiente y el desarrollo social que impacta la integridad de los ecosistemas y la pérdida de calidad de vida de la población. Sin embargo, para despegar la sostenibilidad en el marco teórico del desarrollo, se tuvieron que esperar treinta años para comenzar con una inversión sostenida en los niveles de transformación de la estructura económica, políticas y sociales, que van hacia un camino de madurez que requiere también obtener el dominio sobre las tecnologías de la importa y la capacidad de producir conceptos aplicables al entorno organizacional. Es el motivo por el cual, en una época de modernismo, los principales sectores económicos desplazaron sus sistemas a una producción basada en un consumo duradero (Gutiérrez, 2007).

Frente a este nuevo paradigma teórico sobre el desarrollo, aparece la teoría de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), estableciendo una orientación de políticas para hallar el rumbo del desarrollo económico y social de la región. Esta teoría tiene implicaciones estratégicas relacionadas con la necesidad de contrarrestar los problemas de desigualdad, aumentar la productividad y fortalecer el sistema empresarial. Esta teoría integrada al desarrollo sostenible, permite crear mejores condiciones estructurales de la productividad y la sociedad, al proponer las siguientes estrategias: industrialización por situación de importación en una primera fase; función del estado como eje central la generación de ideas sostenibles; promoción de la clase empresarial; políticas de estimulación al ahorra interno e inversión (FitzGerald, 2007).

En este proceso teórico de avanzar hacia una visión integral del desarrollo en el que formen parte las dimensiones económicas, sociales, políticas y culturales, se origina una nueva

forma de medición de la riqueza, centrado en los indicadores tradicionales del PIB. Este indicador de tipo económico, tiende a limitar el promedio estadístico que oculta los niveles reales de la desigualdad social, tal propuesta se da como una alternativa resultante de la convocatoria de las Naciones Unidas mediante PNUD, haciendo que se proyectará una medición diferente del desarrollo. En los hechos, esta visión viene superando la actual perspectiva del dinero y mercado enfocada en el tener por un enfoque holístico centrado en el ser (Gutiérrez, 2007).

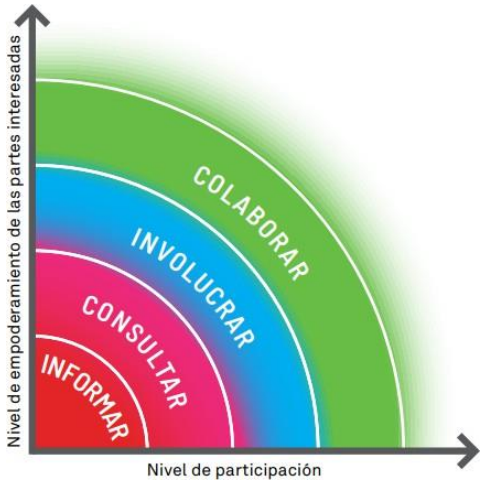
2.4.2 Teoría de la participación en la agenda 2030 para el desarrollo sostenible

Se considera que la Agenda 2030 donde se plasman los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, es una hoja ruta caracterizada por tener una participación de los stakeholders clara, proactiva, inclusiva y transformadora. En términos generales, se establece una teoría para la participación de los agentes del medio en la aplicación de los ODS, esta comprende cuatro niveles en la que pueden participar las partes interesadas frente al desarrollo sostenible, los cuales son informar, consultar, involucrar y colaborar. La propone la Asociación Internacional para la Participación Pública, consistiendo en un marco útil que clasifica los enfoques a ejecutar para cumplir con las metas de la agenda sostenible, para dicha organización, cada escala de participación en la que se agrupe el interesado aporta al cumplimiento de los procesos sostenibles y los integra en una categoría de empoderamiento en el mercado, con capacidades de adaptarse a las exigencias del medio (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2020).

La teoría de participación en la agenda 2030 se encuentra representada en siguiente esquema:

Figura 4

Esquema gráfico de la teoría de la participación en la agenda 2030



Nota. La figura indica el esquema gráfico de la teoría de la participación en la agenda 2030, (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2020).

De esta manera, los niveles de participación en la agenda de los ODS se aplican así:

Informar: son comunicados a los interesados los planes de acción que se desarrollan en relación a los ODS que plantea la agenda 2030.

Consultar: son consultadas alternativas, ideas y opiniones con las partes interesadas para construir soluciones a los problemas de sostenibilidad y desafíos de la agenda 2030.

Involucrar: las partes interesadas trabajan de forma significativa en los lineamientos planteados en la agenda 2030 para emprender acciones concretas.

Colaborar: se toman decisiones conjuntas entre las partes interesadas y se integran los recursos requeridos para cumplir con los propósitos de la agenda 2030 (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2020).

2.4.3 El liderazgo empresarial en los ODS: de la teoría a la acción

Bajo la teoría orientada hacia la acción, son un gran número de organizaciones que se han sumado en el compromiso por aportar a los ODS, al alinear las actividades productivas con acciones que contribuyen al desarrollo económico, social y ambiental. Aunque según lo planteado por la Agenda 2030, se requieren de mayores esfuerzos para lograr un mayor impacto en los procesos de transformación y que tales labores a nivel empresarial cobren un verdadero significado en el entorno, es la razón, por la cual se lleva a afirmar en este apartado, que se necesitan líderes empresariales convencidos del desarrollo sostenible y partan desde el direccionamiento de sus negocios para llevar el mensaje de los ODS a su mercado, demostrando sus disposición de manera ambición por los cambios positivos y activen su participación con la comunidad en la creación de valor sostenible. Por otro lado, el reto de aplicar los ODS en la estrategia empresarial brindar oportunidades de crecimiento que pueden situar a cualquier organización en un avance de sostenibilidad significativos a nivel internacional, dentro del Pacto Mundial de Naciones Unidas e iniciativas de la ONU (Kingo, 2020).

Cabe mencionar, que el paso de la teoría a la acción en el marco de los ODS inicia el sector empresarial con la definición de metas medibles y con limite de tiempo, pues es de esta manera que se comprometen de manera firma a impulsar las transformación que contribuye a la Agenda 2030 en un corto, mediano y largo plazo, marcando una tendencia que evidencia el camino a seguir de otras organizaciones, por lo que el desagio se encuentra en captar cada vez más entidades en la acción por el desarrollo sostenible (Librero, 2018).

Para Isla, (2018) el liderazgo empresarial en los ODS requiere de un aceleramiento en la los mercados globales que puedan transformación y marcar la diferencia dentro de los procesos sostenibles, por tanto, es que este sugiere acciones que apoyan tal cambio y en razón a ello expone las siguientes propuestas que puede ser el marco accionar para las empresas:

Convencer a la población empresarial de los beneficios obtenidos al aplicar los ODS.

Incorporar los ODS en las estrategias que planteen las empresas, esto significa aplicar la sostenibilidad en la planeación estratégica, innovación sostenible, comercialización de productos que incluyan criterios de sostenibilidad.

Acelerar las transformaciones sectoriales, esto quiere decir inclinar la balanza entre los factores tecnológicos, políticas públicas y recursos financieros.

Trabajar con las entidades responsables de los recursos naturales y humanos para afinar su función de voluntarios y colaborar con la sociedad.

Impulsar un sistema financiero orientado a la inversión sostenible, en donde las empresas pueden reflejar sus acciones al generar transparencia en el uso de instrumentos financieros.

Reconstrucción del contrato social, se trata de respetar los derechos humanos mediante sus actividades económicas que le demuestren a la comunidad su compromiso social (Isla, 2018).

2.4.4. La acción empresarial en los ODS

De acuerdo con el SDG Compass, (2016) el empresario tiene un papel fundamental en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, puesto que son sus negocios los que pueden contribuir con su actividad principal al impacto ambicioso de la sostenibilidad, al identificar futuras oportunidades beneficios para su gestión y su entorno, es de resaltar que las empresas que aplican los ODS definen a partir de ello, mercados crecientes en donde ofrecen innovación y un cambio transformador. Para la guía que establece SDG Compass, las empresas pueden utilizar los ODS a partir de un marco general de control con los que pueden dar forma, dirigir, comunicar e informar sobres sus estrategia y actividades, que a su vez les permite obtener beneficios tales como: mejoramiento en el valor de la sostenibilidad empresarial; fortalecimiento en las relaciones con las partes interesadas, al reflejar los ODS sus expectativas y direccionamiento que debe tomar la empresa; estabilización de las sociedad y mercados; empleabilidad del lenguaje común y metas compartidos con su mercado al definir líneas de acción comunes.

Igualmente, el documento de SDG Compass, (2016), reiteró que las empresas pueden implementar cinco pasos para ajustar sus metas y procesos al cumplimiento de los ODS, por medio de los cuales garantizan que la sostenibilidad sea un componente de sus resultados. Estos pasos se plantean en la siguiente figura:

Figura 5

Pasos para aplicar los ODS en las empresas según la guía de SDG Compass



Nota. La figura muestra los cinco pasos para aplicar los ODS en las empresas según la guía de SDG Compass

La figura indica de esta manera, que el primer paso que las empresas deben tomar en reconocer el concepto de los ODS, entender desde su caso empresarial el aporte a la sostenibilidad y así tomar las responsabilidades mínimas frente a los objetivos. Seguidamente, es importante que aproveche las oportunidades que le brinda el implicar los ODS, definiendo sus prioridades y necesidad frente a la gestión sostenible. Para después, fijar objetivos empresariales alineados con las metas de la agenda 2030, con lo que comienza su proceso integrador mediante sus actividades en función de la sostenibilidad. Y finalmente logra comunicar información sobre su desempeño sostenible y aportes realizados a los ODS y las dimensiones económicas, sociales y ambientales que abarcan en estos (El SDG Compass, 2016).

2.5 Marco legal

2.5.1 Constitución política de Colombia de 1991

La Constitución Política como reglamento del orden nacional, aborda en los siguientes artículos la sostenibilidad y su desarrollo a partir del cuidado de los recursos y preservación de los mismos:

Artículo 80, es el Estado el encargado de planificar la gestión y el aprovechamiento de los recursos naturales, a través de su desarrollo sostenible, conservación y restauración. Sumado a esto, tendrá la tarea de prevenir y controlar los factores que deterioran el medio ambiental, así como de inspeccionar e imponer sanciones legales si lo considera (Asamblea Nacional Constituyente, Constitución Política de Colombia, 1991, Artículo 80).

Artículo 95, se establece como un deber del ciudadano independiente la actividad que ejerza, la protección de los recursos naturales del país y velar por rodearse de un ambiente sano (Asamblea Nacional Constituyente, Constitución Política de Colombia, 1991, Artículo 95).

2.5.2 Ley 99 de 1993

Mediante la presente ley se crea el Ministerio del Medio ambiente de Colombia y se reordena el papel que cumple el sector público y privado en la nación frente a la gestión de los procesos ambientales, el cuidado de los recursos naturales renovables y se establece el Sistema

Nacional Ambiental. A su vez, se establecen los principios en los que se fundamenta la política ambiental del país y que gira en torno a las organizaciones y sociedad en general. Dentro de los puntos a destacar de la ley en materia de sostenibilidad y ODS se encuentran:

- Los procesos de desarrollo económico y social se enfocan según los principios de sostenibilidad, calidad de la sociedad y rendimiento sostenible.
- Las políticas que rigen a la población colombiana tienen en cuenta el derecho que poseen los seres humanos a tener una vida saludable y bajo una productiva desarrollada en armonía con la naturaleza.
- Es el Estado el encargado de fomentar en las empresas colombianas la incorporación de los costos ambientales y el empleo adecuado de los instrumentos financieros para la prevención, corrección y restauración del medio ambiente, siendo actores del cambio.
- Las estrategias planteadas para la protección y recuperación ambiental del país, deben ser definidas de manera conjunta entre Estado, comunidad y organizaciones de los sectores económicos, quienes se apoyarán, incentivarán e impulsarán los planes de manera coordinada (Congreso de la República de Colombia, Ley 99, 1993, Artículo 1).

2.5.3 Resolución 70/1 de 2015

Es aprobada la agenda 2030 en el marco del desarrollo sostenible y la transformación de diversos aspectos de carácter global.

En tal sentido, la resolución aprueba el documento final sobre la cumbre de las Naciones Unidas, siendo este la agenda que comprende un plan de acción en la búsqueda de implementar líneas estratégicas que beneficien a las personas y al planeta. Así mismo, tiene el objetivo de mejorar la paz universal aplicando conceptos más amplios de la libertad social y los derechos humanos, haciendo un reconocimiento de las dificultades por las que pasan las poblaciones vulnerables, sus formas y las dimensiones que incluyen los desafíos del desarrollo sostenible. Sobre sus metas, se afirma que serán implementadas por los todos países y partes interesadas a través de alianzas colaborativas y los resultados de su aplicación tendrán que orientarse al crecimiento económico, beneficios sociales y protección del medio ambiente, todo con la finalidad de conducir los agentes de la economía hacia un camino mundial de sostenibilidad y resiliencia. Entre tanto, son agrupados en la agenda 2030, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas, anunciando grandes retos de una Agenda universal (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2015, Resolución 70/1).

2.5.4 ley 1931 de 2018

La presente ley tiene el objetivo de definir las directrices para la gestión del cambio climático y controlar las decisiones de las organizaciones públicas y privadas en relación a las acciones ambientales, su protección y adaptación al cambio climático, para con esto contribuir a la mitigación de impacto ambiental, reducción de las afectaciones a los económicos y promoción de una economía competitiva, sustentable y un desarrollo social que cumpla con los ODS (Congreso de la República de Colombia, Ley 1931, 2018, Artículo 1).

2.5.5. Resolución 0505 del 2022

El objetivo de la presente resolución es adoptar lineamientos relacionados con la preservación, protección, uso de los recursos y ecosistemas estratégicos, para que las empresas del sector público y privado de Colombia puedan adoptarlos a sus procesos internos. A su vez, son planteados los ámbitos de aplicación de dichos lineamientos en donde pueden participar las organizaciones, algunos de estas especificaciones son: protección de las áreas marinas y terrestres, para promover el uso sostenible a partir de las metas de conservación del país; análisis periódico del desempeño efectivo del manejo de los zonas protegidas que conforman los subsistemas de la nación, teniendo en cuenta factores como la resiliencia climática, aportes al desarrollo social, económico y cultural; implementación de acciones con la que se priorice el control hacia las estrategias ambientales propuestas por la empresa; diseñar estrategia de participación que involucren a sus stakeholders; desarrollar acuerdos entre organización-comunidades para que se generen espacios armoniosos en la realización de su actividad productiva (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Resolución 0505, 2022, Artículo 2).

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Para analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander, se empleó el tipo de investigación descriptiva con un enfoque metodológico cuantitativo, debido a que esta permitió abordar el proceso investigativo de manera ordenada y con una mayor coherencia en los resultados esperados. Además, porque fue pertinente analizar mediante una descripción de la información los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han puesto en práctica la población comercializadora a nivel local para la generación de valor y competitividad de sus negocios, así mismo, fue apropiada para establecer la relación entre los procesos organizacionales gestionados por las empresas del sector comercio de Ocaña y los ODS que plantea la Agenda 2030, lo que finalmente contribuyó a la definición de estrategias y enfoques requeridos para su adecuada implementación en las actividades productivas. Todo ello, mediante un alcance descriptivo, en donde el propósito principal fue describir la situación de las empresas del sector comercio frente a los ODS.

Del tipo de investigación descriptiva con enfoque cuantitativo se dice que responden a la pregunta problema formulada por los investigadores, mediante la descripción, medición, explicación y predicción de la situación en estudio. Para lo cual, recurre a la recolección de datos en función de dos variables, la sistematización y la estadística de datos, que finalmente son el insumo para la construcción del análisis y deducción de las conclusiones (Figueroa, 2022).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población de estudio fueron las empresas del sector comercio de Ocaña y según el reciente informe de la Cámara de Comercio de Ocaña, (2022), existen en el mercado un total de 5.387 establecimientos activos, dedicados a la actividad comercial en el municipio, información que registra dicha entidad al clasificar la figura organizacional del comerciante de la siguiente manera:

Tabla 1

Clasificación de la población empresarial del sector comercio de Ocaña

Tipo de organización comercial	Matrícula activa	Matrícula cancelada	Matrícula inactiva
Comandita simple	1	2	
Empresa unipersonal	6	4	2
Persona natural	4679	2467	324
SAS	660	136	65
Sociedad anónima	6	2	2
Sociedad limitada	35	11	6
Total	5.387	2.622	399

Nota. La tabla muestra la clasificación de la población empresarial del sector comercio de Ocaña, según su registro mercantil, tomando de (Cámara de Comercio de Ocaña, 2022).

Por lo relacionado anteriormente, es evidente que para el caso de la población del presente análisis solo se trabajó con las empresas cuya matrícula mercantil se encuentra activa en el sector comercio.

3.2.2 Muestra

Teniendo en cuenta que el tamaño de la población es amplio, fue necesario aplicar la fórmula estadística para hallar la totalidad de la muestra dentro de la investigación. Por lo tanto, el proceso realizado aquí fue el siguiente:

$$n = \frac{N*(Zc)^2 p*q}{N-1*(E)^2+(Zc)^2 p*q}$$

n= Muestra

N= Tamaño de la población (5.387)

Zc= Nivel de confianza (1.96 =95%)

P= nivel de aceptación (0.50)

q= Nivel de rechazo (0.50)

E= Margen de error (0.07)

$$n = \frac{5.387*(1,96)^2(0,5)*(0,5)}{5.387\ -1*(0,07)^2+(1,96)^2(0,5)*(0,5)}$$

$$n = \frac{5.173,7}{27,35}$$

$$n = 189$$

El total que se obtuvo de la aplicación de la fórmula es de 189 empresas del sector comercio que participarán en la investigación, estas serán seleccionadas bajo una muestra aleatoria simple, donde todos los establecimientos comerciales tuvieron las mismas oportunidades de ser investigados.

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de información y técnicas de análisis de datos

Para la recolección de información en la investigación, se optó por diseñar la encuesta como instrumento y la técnica de análisis de datos es el cuestionario, estructurados por preguntas que abarcan diversos tipos de respuestas entre las que se mencionan: escala Likert (Siempre- Casi siempre- A veces- Casi nunca- Nunca), de selección abierta y selección múltiple. De esta manera, se establecen los planteamientos para que las respuestas indiquen los resultados de acuerdo a cada uno de los objetivos a cumplir en la investigación.

Cabe mencionar que para diseñar un instrumento válido en la investigación, los investigadores recurren a tomar un referente para establecer las preguntas y hacen un análisis sobre el documento que plantea Remacha, (2017) “empresa y Objetivos de Desarrollo Sostenible” en este logran contextualizar sobre el papel que juegan las organizaciones en cada ODS y a partir de ello definen los interrogantes.

En este orden ideas, la encuesta diseñada se puede evidenciar en el apéndice del presente anteproyecto (Ver apéndice A).

3.4 Análisis de la información

Una vez aplicada la encuesta, la información fue analizada de tres formas, la primera corresponde al conteo de datos mediante la tabulación directa, posteriormente se hicieron las tablas de frecuencia y gráficas de barras, para finalmente realizar la interpretación textual.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Caracterización inicial del sector comercio en el que se analiza la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Con la caracterización realizada inicialmente al sector comercio de Ocaña se conocen aspectos relevantes de los comerciantes encuestados tales son el género, edad, nivel de escolaridad, tipo de bien comercializado, años de experiencia en el mercado y tamaño de la empresa de la cual es propietaria. Estas características son oportunas para poder determinar cuáles comerciantes son los que tiene un mayor acercamiento y conocimiento sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

De esta manera, los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

Tabla 2

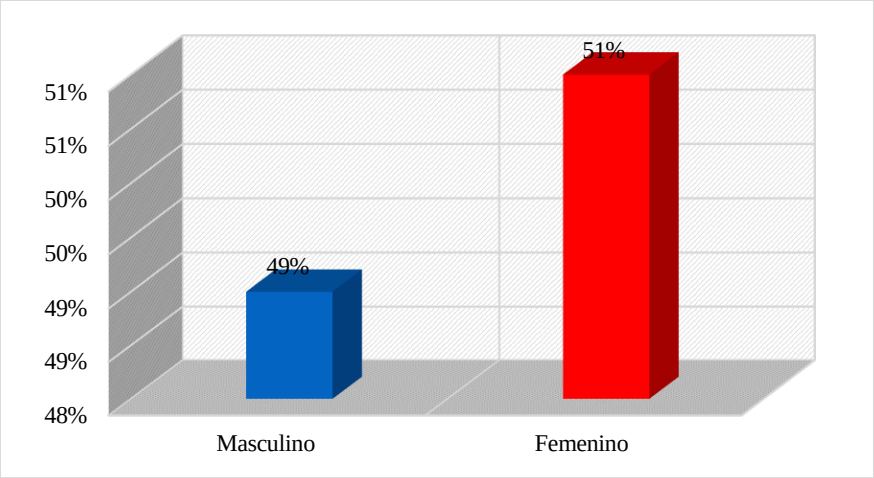
Género del comerciante

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	92	49%
Femenino	97	51%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el género al cual pertenece el comerciante encuestado.

Figura 6

Género del comerciante



Nota. La figura muestra los resultados sobre el género al cual pertenece el comerciante encuestado.

Al conocer sobre el género de los comerciantes, se logra evidenciar que es un sector que se conforma tanto por hombres como mujeres que suelen realizar actividades de comercialización y venta de productos, pues todo indica que el 51% de los comerciantes pertenecen al género femenino y el 49% al masculino, demostrando que la diferencia es mínima y existe integración de género en el gremio de comerciantes.

Tabla 3

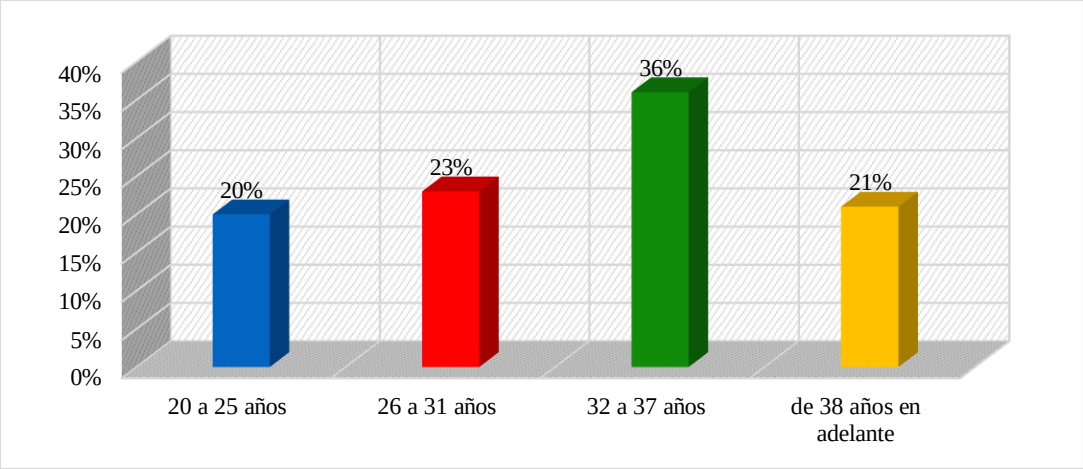
Edad del comerciante

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
20 a 25 años	38	20%
26 a 31 años	43	23%
32 a 37 años	68	36%
de 38 años en adelante	40	21%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre la edad del comerciante.

Figura 7

Edad del comerciante



Nota. La figura muestra los resultados sobre la edad del comerciante.

En relación a la edad que poseen los comerciantes, los resultados muestran diversas categorías de edades que poseen los encuestados, que van desde personas jóvenes hasta las más adultas, pues bien, el 36% de esta población cuenta con una edad entre los 32 y 37 años. En el caso del 23% de los encuestados se encuentran ubicados en un rango de edad que va desde los 26 a 31 años. Mientras tanto, el 20% tiene una edad más joven que varía entre los 20 a los 25 años y finalmente el 21% está dentro una etapa más adulta que va desde los 38 años en adelante.

Tabla 4

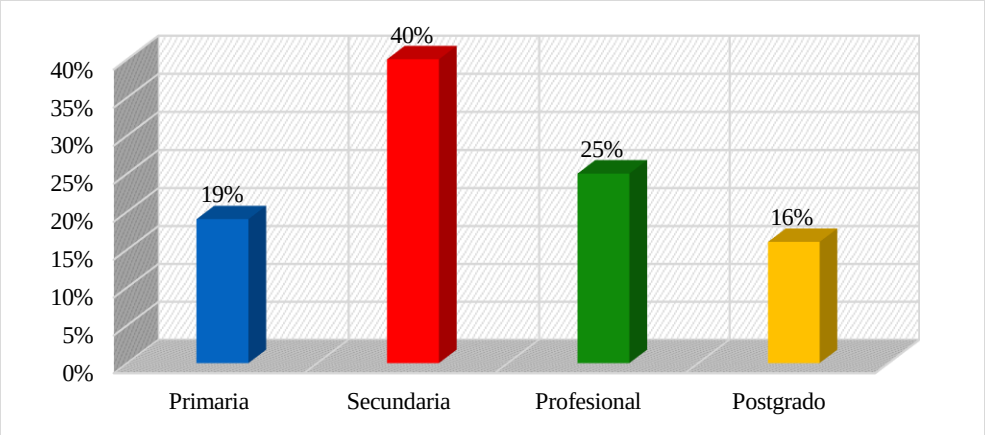
Nivel de escolaridad del comerciante

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	36	19%
Secundaria	75	40%
Profesional	48	25%
Postgrado	30	16%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el nivel escolaridad del comerciante.

Figura 8

Nivel de escolaridad del comerciante



Nota. La figura muestra los resultados sobre el nivel escolaridad del comerciante.

Como se puede observar en la figura, el 40% de comerciantes manifestaron solo contar con estudios de nivel secundario, es decir, cuentan únicamente con el título de bachiller. Aunque el 25%, posee una educación superior que les ha permitido obtener un título profesional en las diferentes áreas del conocimiento. Pero el 16% afirma que solo ha cuenta con una educación primaria y no lograron avanzar más en el campo académico. Y el caso del 16% de la población, manifiesta que en su educación ha alcanzado un nivel de postgrado contando con alguna especialización.

Tabla 5

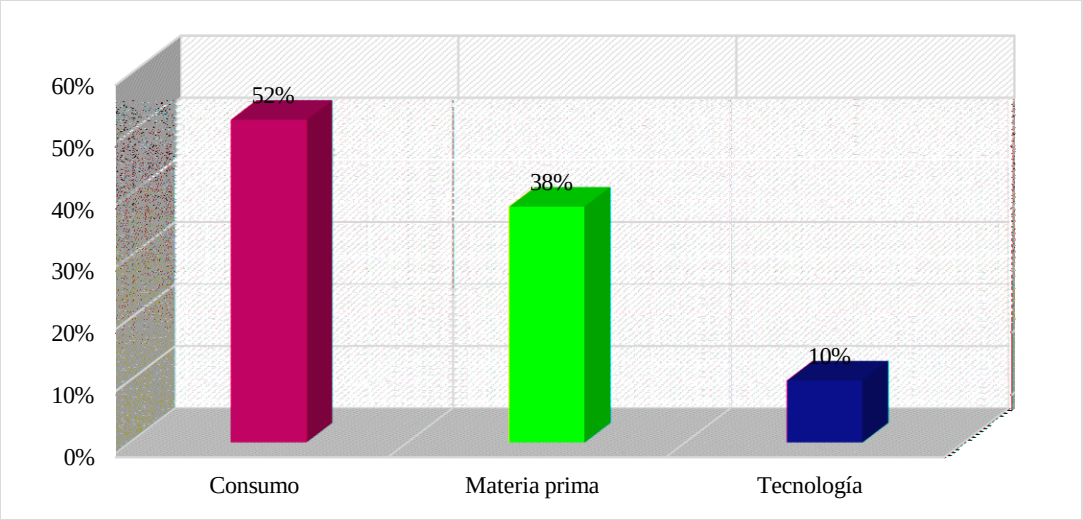
Tipo de bien comercializado

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Consumo	98	52%
Materia prima	72	38%
Tecnología	19	10%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el tipo de bien comercializado por el comerciante.

Figura 9

Tipo de bien comercializado



Nota. La figura muestra los resultados sobre el tipo de bien comercializado por el comerciante.

De acuerdo con el 52% de los comerciantes los productos que comercializan en el mercado local suelen ser de consumo, tales como electrodomésticos, ropa, libros, entre otros. El 38% expresa que venden en sus establecimientos comerciales materias primas, es decir que son ferreterías o vende telas, lanas etc. Por último, el 10% ofrece al mercado productos tecnológicos como móviles, computadores y servicios técnicos.

Tabla 6

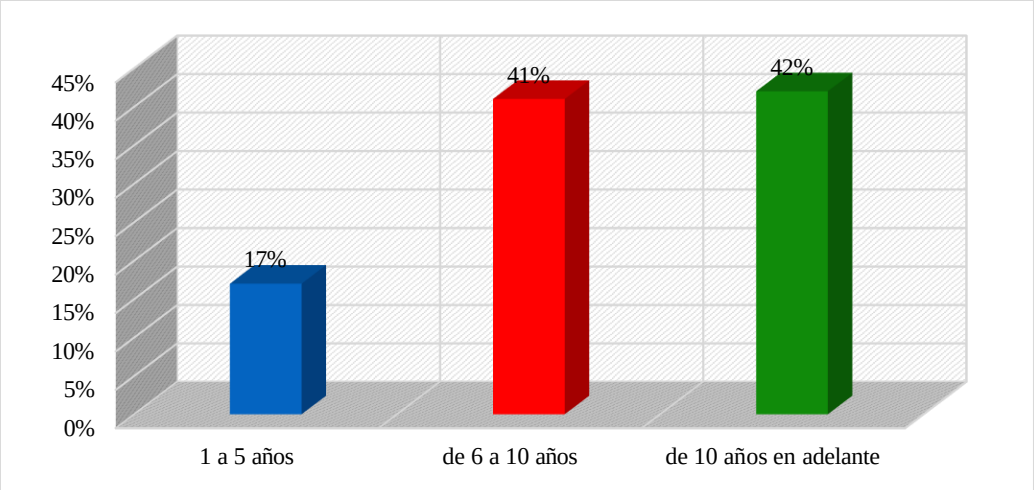
Años de experiencia del comerciante

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 años	32	17%
de 6 a 10 años	78	41%
de 10 años en adelante	79	42%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre los años de experiencia del comerciante.

Figura 10

Años de experiencia del comerciante



Nota. La figura muestra los resultados sobre los años de experiencia del comerciante.

En cuanto a los años de experiencia que poseen los comerciantes como trayectoria en el mercado, se evidencia que el 42% de esta población tiene un alto recorrido en el sector al contar con más de 10 años de funcionamiento. Pero el 41% afirma que su experiencia como comercializador en Ocaña, ha abarcado un rango de tiempo comprendido entre los 6 a 10 años. Tan solo una mínima parte de la población que corresponde al 17% dice que su trayectoria es poca en comparación con los demás comerciantes, pues poseen de 1 a 5 años de operatividad.

Tabla 7

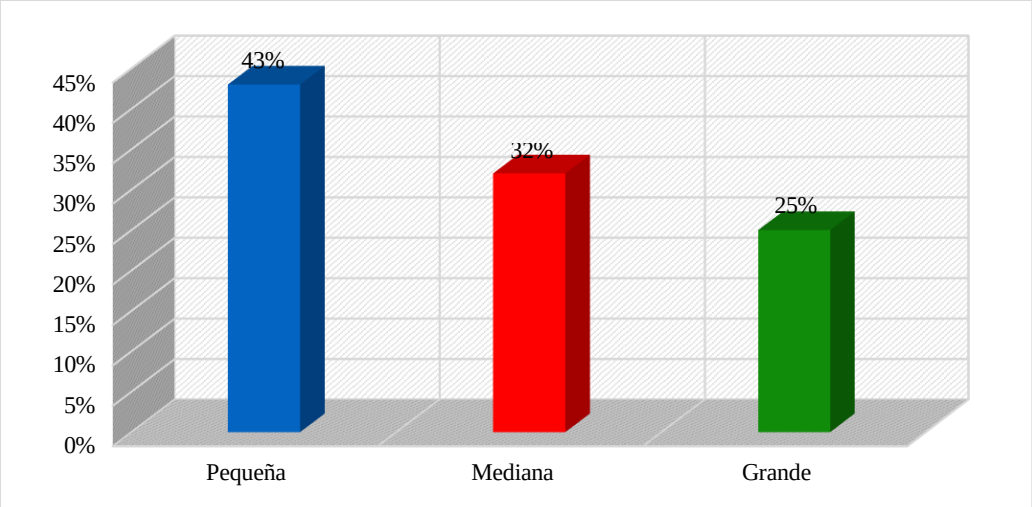
Tamaño de la empresa que posee el comerciante

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Pequeña	81	43%
Mediana	60	32%
Grande	48	25%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el tamaño de la empresa que posee el comerciante.

Figura 11

Tamaño de la empresa que posee el comerciante



Nota. La figura muestra los resultados sobre el tamaño de la empresa que posee el comerciante.

En lo que respecta al tamaño de los negocios que han formalizado los comerciantes, se conoce que el 43% se encuentra en la categoría de pequeña empresa, es decir, que cuentan con un personal que va desde 11 a 50 trabajadores. Para el 32% de los encuestados su negocio es una mediana empresa y solo el 25% considera que se encuentra por su nivel de venta y cantidad de empleos generados en la categoría de grande empresa.

4.2 Identificación de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña para la generación de valor y competitividad

A partir de la segunda parte de la encuesta se logran identificar los ODS que aplican los comerciantes de Ocaña y con los cuales generan valor y competitividad en el mercado.

4.2.1 Resultados de la encuesta sobre la aplicación de los ODS en el sector comercio de Ocaña

Tabla 8

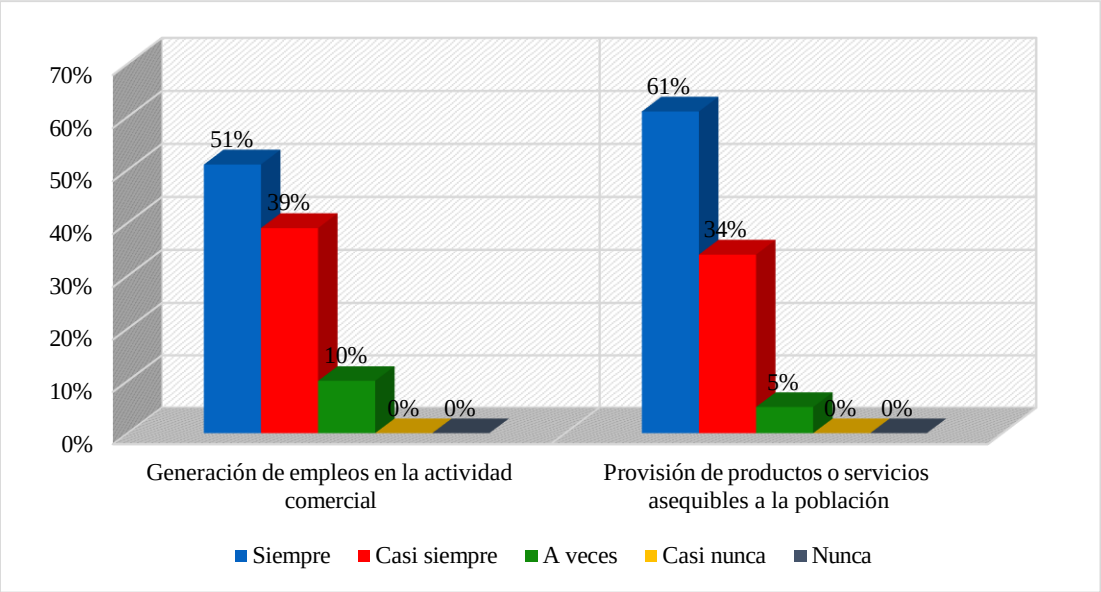
ODS 1. Fin de la pobreza, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Generación de empleos en la actividad comercial	51%	39%	10%	0%	0%	100%
Provisión de productos o servicios asequibles a la población	61%	34%	5%	0%	0%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 1. Fin de la pobreza, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 12

ODS 1. Fin de la pobreza, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 1. Fin de la pobreza, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Como se puede observar, la gran mayoría de los comerciantes encuestados ven representado el ODS 1, que corresponde al fin de la pobreza en la manera en la que generan empleo por el desarrollo de su actividad comercial, es decir para el 51% siempre se tiene a su cargo personal, que realiza sus funciones en los negocios y mediante este promueven una fuente de empleabilidad y un sustento de ingresos para ese trabajador que se encuentra vinculado laboralmente. Con ello, estuvieron de acuerdo el 39% de los comerciantes que casi siempre promueve los empleados en sus organizaciones, el resto de la información se concentra en decir que solo a veces se ven a la necesidad de contratar personal. De otro lado, al indagar con el comerciante si son sus productos o servicios asequibles a la población, un 61% de ellos ha manifestado que sí y por lo tanto, la facilidad de compra es una manera de aportar a la disminución de la pobreza local.

Tabla 9

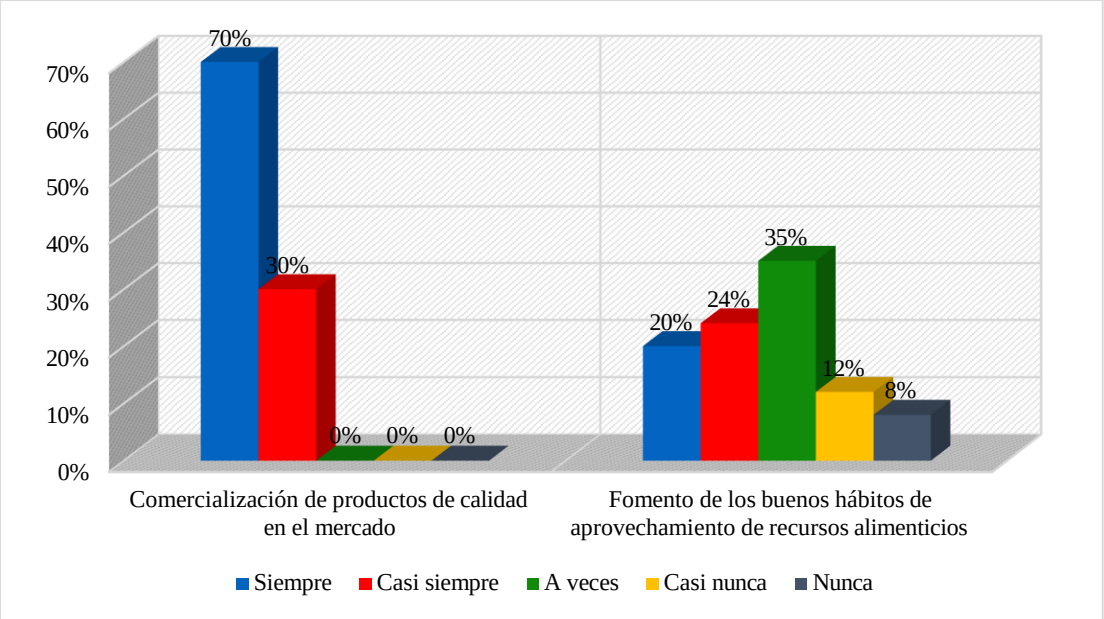
ODS 2. Hambre cero, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Comercialización de productos de calidad en el mercado	70%	30%	0%	0%	0%	100%
Fomento de los buenos hábitos de aprovechamiento de recursos alimenticios	20%	24%	35%	12%	8%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 2. Hambre cero, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 13

ODS 2. Hambre cero, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 2. Hambre cero, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

El ODS 2, hambre cero, se determina mediante las variables de calidad del producto y fomento de buenos hábitos alimenticios en la empresa, es así que frente a estas, los comerciantes encuestados en un total 70% manifestaron que precisamente siempre trabajan por satisfacer las necesidades del mercado y por lo tanto los bienes que comercializan se suelen caracterizar por cumplir con los estándares de calidad. Mientras que del otro lado, se encuentra cierta indecisión al preguntar sobre el fomento de los buenos hábitos del aprovechamiento de los recursos alimenticios, ya que el 35% afirma que solo a en ocasiones desarrollan tales prácticas en las organizaciones, el 24% dice que casi siempre lo hace y tan solo el 20% considera que siempre impulsan esta acción dentro de sus organizaciones.

Tabla 10

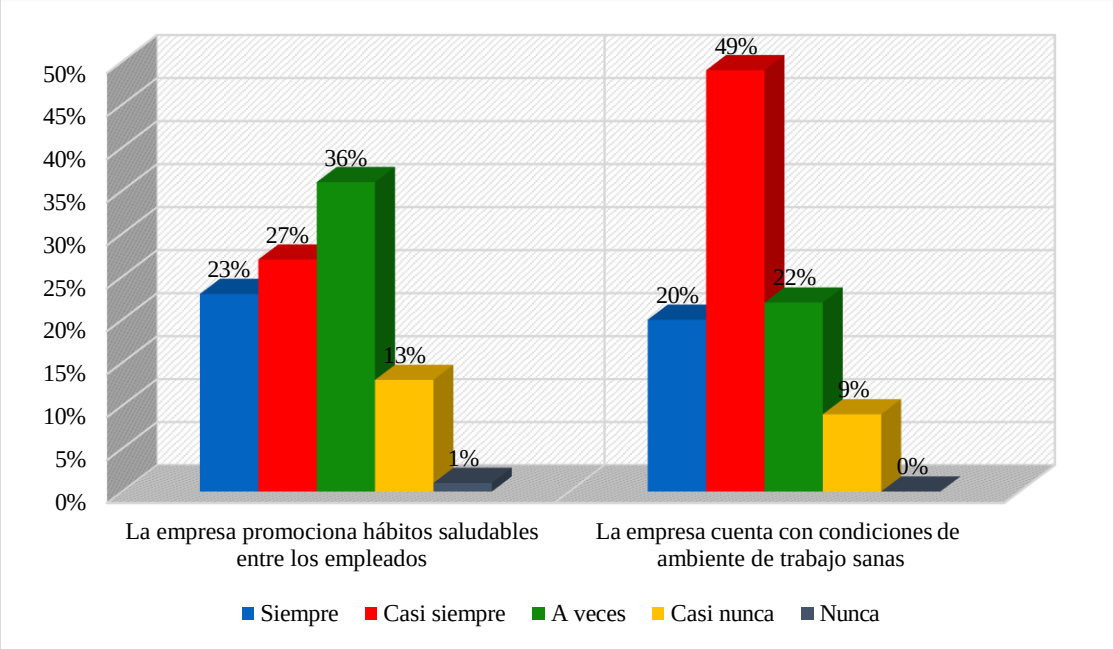
ODS 3. Salud y bienestar, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
La empresa promociona hábitos saludables entre los empleados	23%	27%	36%	13%	1%	100%
La empresa cuenta con condiciones de ambiente de trabajo sanas	20%	49%	22%	9%	0%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 3. Salud y bienestar, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 14

ODS 3. Salud y bienestar, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 3. Salud y bienestar, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

En cuanto a salud y bienestar, que es el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 3, los comerciantes inicialmente presentan dudas con respecto a la generación de hábitos saludables entre los empleados, pues solo el 36% dice que a veces ven reflejada dicha práctica en su equipo de trabajo. El 27% afirma que casi siempre y únicamente el 23% dicen que siempre fomentan costumbres sanas en su personal, como lo son el cumplimiento de horarios para su almuerzo, espacios personales y demás acciones que les proporciona bienestar. Con respecto a si son las condiciones propicias para el trabajador, el 49% de los encuestados da una respuesta positiva, lo que permite deducir que si tiene cuentan con un ambiente adecuado para el desarrollo comercial.

Tabla 11

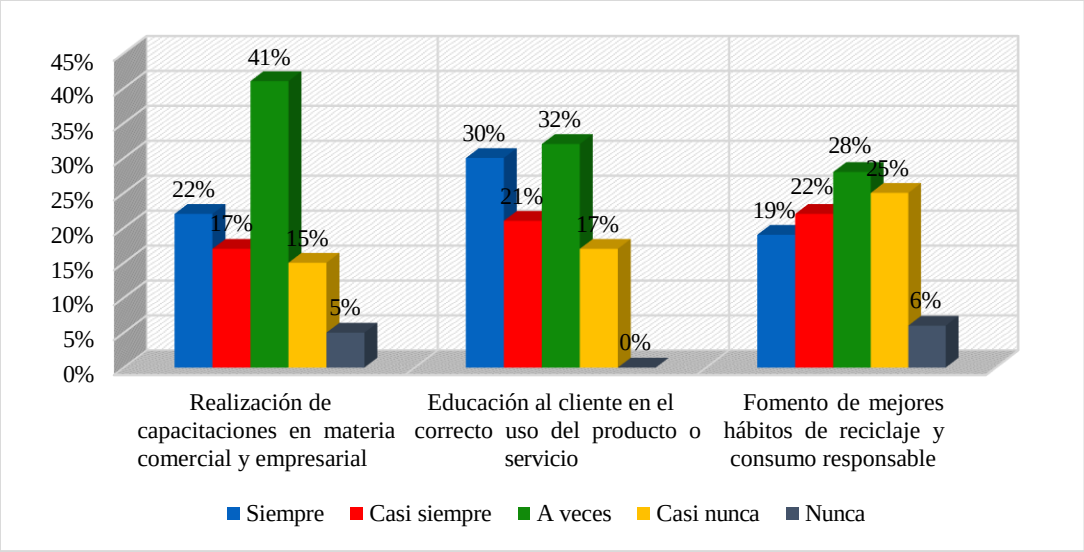
ODS 4. Educación de calidad, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Realización de capacitaciones en materia comercial y empresarial	22%	17%	41%	15%	5%	100%
Educación al cliente en el correcto uso del producto o servicio	30%	21%	32%	17%	0%	100%
Fomento de mejores hábitos de reciclaje y consumo responsable	19%	22%	28%	25%	6%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 4. Educación de calidad, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 15

ODS 4. Educación de calidad, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 4. Educación de calidad, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

La educación de calidad, que es el ODS 4 según la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, se refleja en el sector comercio Ocaña, a través de la realización de capacitaciones en material comercial y empresarial, aunque los resultados de la encuesta evidencia que el 41% de los comerciantes solo llevan a cabo esta actividad a veces, es decir cuando lo consideran necesario. En el caso de la educación que se provee al cliente acerca del producto, fue el 32% de los comerciantes que afirmaron que sólo en algunas ocasiones se efectúan ese intercambio de información con el comprador, por lo que se dan de manera esporádica en la organización. Y dentro del fomento del reciclaje como labor para el consumo responsable, sólo el 28% de los encuestados manifestaron que si enfocan a su personal hacia el uso adecuado a los residuos, muestra que el 25% de los comerciantes que frente a eso, casi nunca lo hacen, un 22% lo realiza casi siempre y el 19% siempre.

Tabla 12

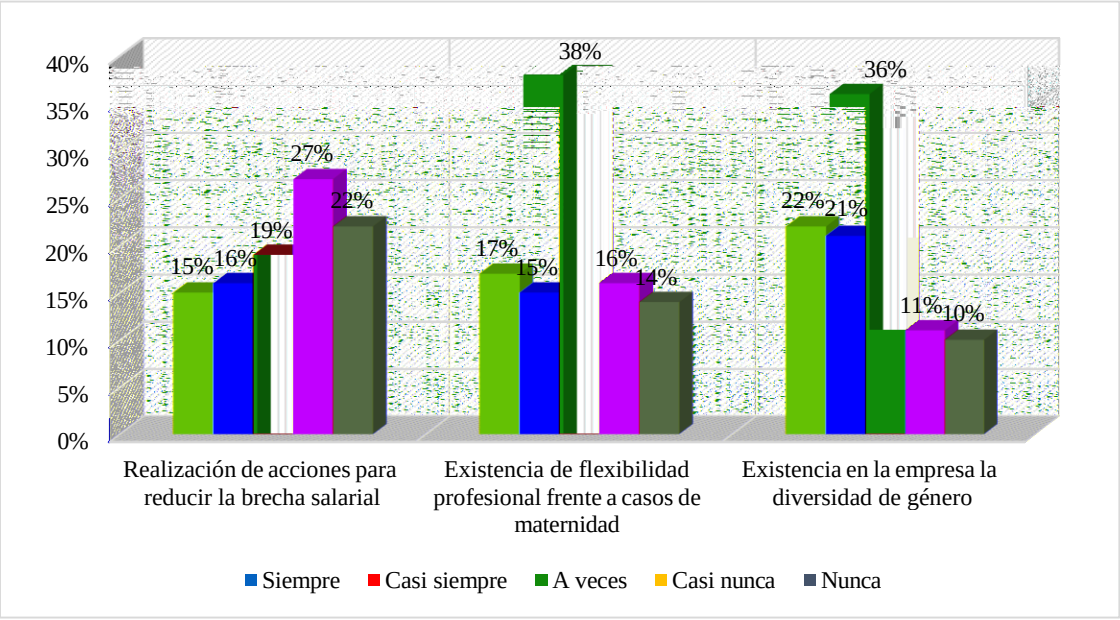
ODS 5. Igualdad de género, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Realización de acciones para reducir la brecha salarial	15%	16%	19%	27%	22%	100%
Existencia de flexibilidad profesional frente a casos de maternidad	17%	15%	38%	16%	14%	100%
Existencia en la empresa la diversidad de género	22%	21%	36%	11%	10%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 5. Igualdad de género, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 16

ODS 5. Igualdad de género, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 5. Igualdad de género, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Como se puede observar, un 27% de los comerciantes reconocen que casi nunca realizan acciones para reducir la brecha salarial que existe en el mercado laboral, por lo que es poco la aplicación del ODS 5, que trata de la igualdad de género. Este resultado inicial lo sigue confirmando el 22% de los encuestados que han manifestado que nunca han hecho ninguna actividad que promueva tal temática en sus organizaciones y así sucesivamente son bajos los porcentajes de la población que sí comprende sobre la igualdad de género en las organizaciones. En cuanto a la flexibilidad en los casos de maternidad, se evidencia que el 38% asegura que solo a veces son conscientes de que sus empleadas mujeres tienen que obtener una licencia en caso de embarazo. Mientras que el 17% ante esta situación siempre toma medidas para darles un descanso a aquellas trabajadoras que se encuentran en estado de gestación. En resumen, solo el 36% de los encuestados considera que son pocas las veces en las que el sector comercial promueve la diversidad de género en sus organizaciones.

Tabla 13

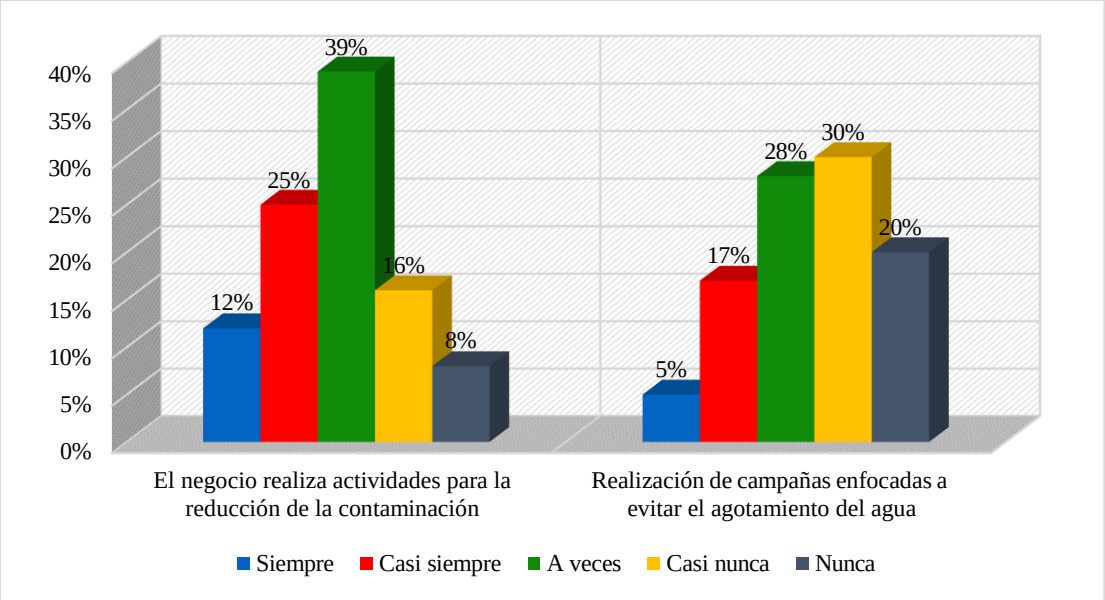
ODS 6. Agua limpia y saneamiento, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
El negocio realiza actividades para la reducción de la contaminación	12%	25%	39%	16%	8%	100%
Realización de campañas enfocadas a evitar el agotamiento del agua	5%	17%	28%	30%	20%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 6. Agua limpia y saneamiento, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Figura 17

ODS 6. Agua limpia y saneamiento, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 6. Agua limpia y saneamiento, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

En materia agua limpia y saneamiento, como ODS aplicado por el sector comercial de Ocaña, los resultados indican que inicialmente el 39% de los encuestados han manifestado que son pocas las veces que suelen realizar actividad dentro de sus negocios para la reducción de problemas de contaminación que afecten dicho recurso natural. Tan solo se conoce que el 25% de los comerciantes si aplican acciones enfocadas a la protección del agua y mínima la población que suele integrar este tipo de labor de manera total en sus organizaciones. Sobre la realización de campañas propias de cada comerciante para evitar el agotamiento del agua, los resultados indicaron que el 30% de los encuestados, casi nunca aplican este tipo de estrategias, al igual que el 28% de esta misma población que solo lo hace algunas veces cuando consideran necesario y no es una acción previamente establecida.

Tabla 14

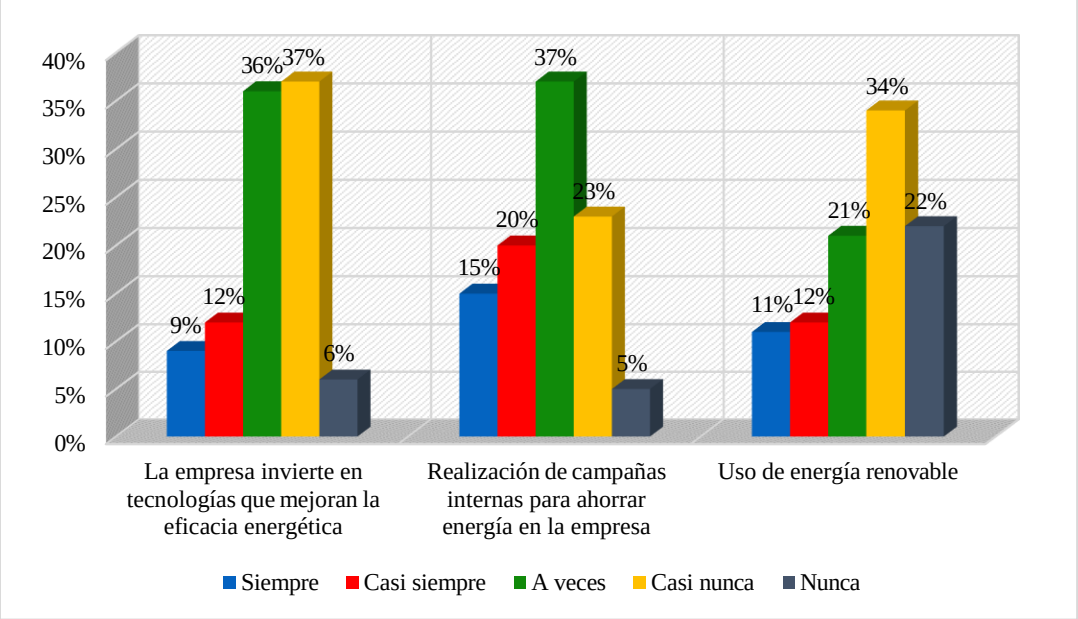
ODS 7. Energía asequible y no contaminante, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
La empresa invierte en tecnologías que mejoran la eficacia energética	9%	12%	36%	37%	6%	100%
Realización de campañas internas para ahorrar energía en la empresa	15%	20%	37%	23%	5%	
Uso de energía renovable	11%	12%	21%	34%	22%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 7. Energía asequible y no contaminante, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 18

ODS 7. Energía asequible y no contaminante, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 7. Energía asequible y no contaminante, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Al abordar los temas que implica el ODS 7 y que derivan factores del uso de la energía asequible y no contaminante, se evidencia un desconocimiento por parte de los comerciantes encuestados, pues el 37% de ellos, han manifestados en primer lugar que casi nunca inviertan en las tecnologías para mejorar los procesos de generación de energías y el 36% que corresponde a otra mayoría de comerciantes, coinciden en decir, que son pocas las veces que toman acciones enfocadas a la energía que consumen sus negocios. Por otro lado, al hacer referencia a las campañas de ahorro de energía, también se conoce que sólo 37% de los encuestados, realizan esta estrategia pocas veces o solo en ciertas ocasiones, situación que justifican en el desconocimiento o porque es un recurso que indirectamente influye en su productividad. Y de esta es el 34% de los comerciantes que aseguran que casi nunca usan energía renovable en su actividad o dentro del funcionamiento de sus negocios, por lo que pocas veces aportan a la gestión de los recursos sostenibles.

Tabla 15

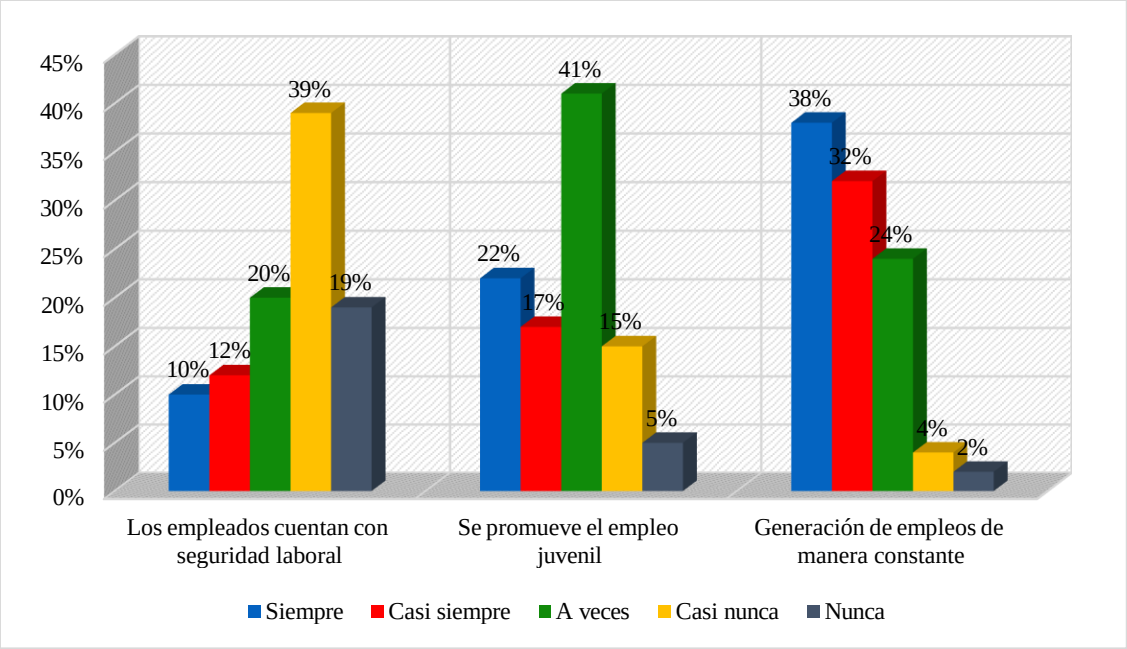
ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Los empleados cuentan con seguridad laboral	10%	12%	20%	39%	19%	100%
Se promueve el empleo juvenil	22%	17%	41%	15%	5%	100%
Generación de empleos de manera constante	38%	32%	24%	4%	2%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Figura 19

ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico, aplicado en el sector comercio de Ocaña

El trabajo decente, se mide en el sector comercio Ocaña mediante las diversas variables como el pago de seguridad laboral a los empleados que forman parte de los negocios, campo donde el 39% de los encuestados manifestaron que casi nunca se hace, pues considera que generalmente la relación con sus trabajadores tiende a ser corta al vincularse por horas y no nómina. En el caso del 20% solo a veces ve la necesidad de incluir a su personal en el sistema de riesgos laborales con el fin de garantizar su trabajo y proteger la manera en la que desarrollan sus actividades en la empresa. Mientras tanto, el resto de la población que es mínima se centra en decir que tiene vinculados a sus empleados a la seguridad laboral y por tanto aportan para que sus empleados tengan una calidad de vida dentro de sus ocupaciones.

En cuanto a la promoción del empleo juvenil, la mayoría de los comerciantes encuestados manifiestan que en ocasiones si han tenido personal cuya edad se encuentra en la categoría joven y por lo tanto, se le han dado la oportunidad de adquirir experiencia laboral a personas jóvenes. Finalmente, la población encuestada, dice en este punto que siempre generan empleo en sus organizaciones, por lo que de manera constante contribuyen a los índices de ocupación local.

Tabla 16

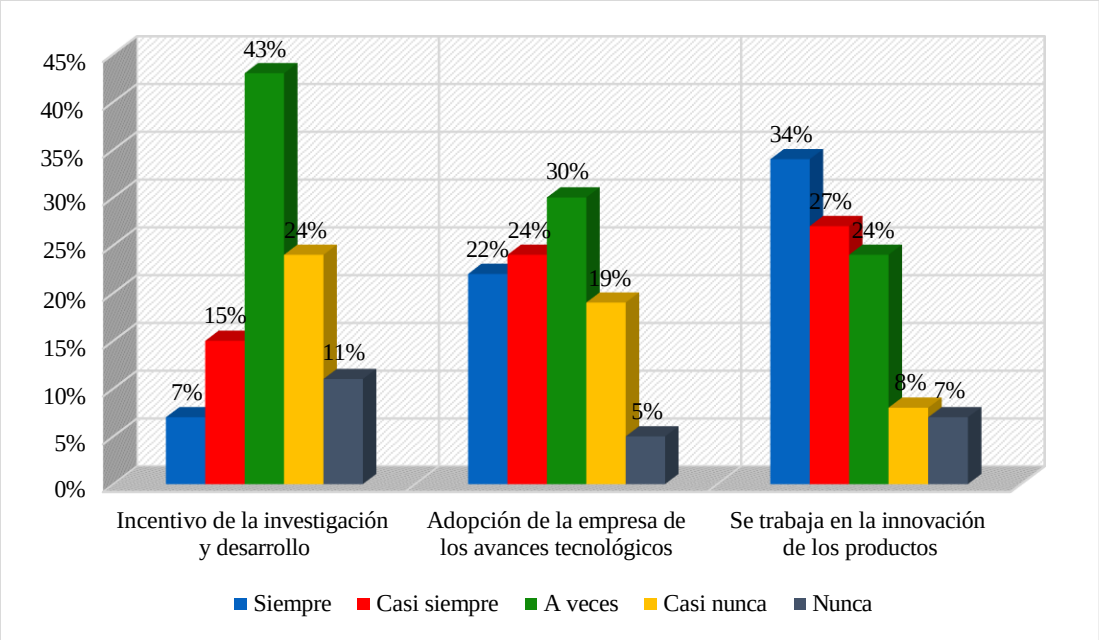
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Incentivo de la investigación y desarrollo	7%	15%	43%	24%	11%	100%
Adopción de la empresa de los avances tecnológicos	22%	24%	30%	19%	5%	100%
Se trabaja en la innovación de los productos	34%	27%	24%	8%	7%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 20

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

A cerca de innovación que desarrollan los comerciantes en sus negocios, la figura muestra que el 43% solo en ciertas ocasiones incentiva la investigación y el desarrollo en sus organizaciones, en otras palabras son pocas las actividades enfocadas a investigar al mercado, conocer las necesidades de sus clientes y a partir de ello desarrollar nuevos productos. Así mismo, sucede en el caso de la adopción de la tecnología dentro de sus procesos, en los que gran parte de la población se concentra en decir que de manera esporádica toman la iniciativa de incluir y hacer uso de las herramientas TIC, que corresponder a un total del 24% al 30% de los comerciantes. Sin embargo, en materia de innovación de los productos, los comerciantes han dado una respuesta positiva al manifestar que un 34% que siempre tienen presente este componente en la comercialización de los bienes para clientes para atraer su atención.

Tabla 17

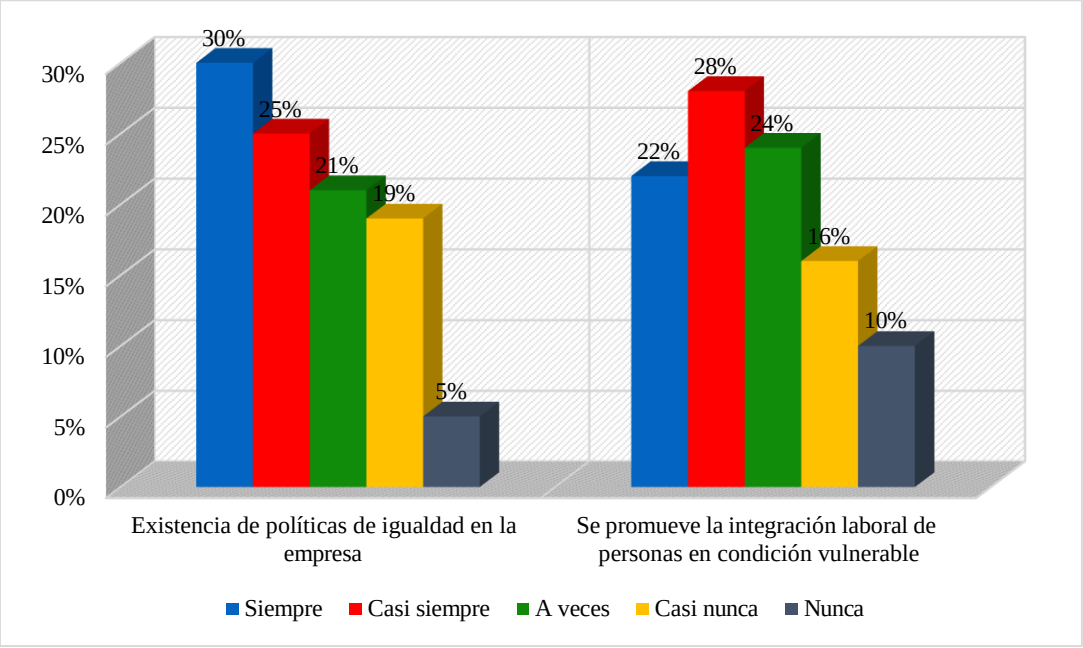
ODS 10. Reducción de las desigualdades, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Existencia de políticas de igualdad en la empresa	30%	25%	21%	19%	5%	100%
Se promueve la integración laboral de personas en condición vulnerable	22%	28%	24%	16%	10%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 10. Reducción de las desigualdades, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 21

ODS 10. Reducción de las desigualdades, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 10. Reducción de las desigualdades, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Según el 30% de los comerciantes encuestados en la investigación, el ODS 10 que consiste en la reducción de la desigualdad, se promueve en la empresa al establecer políticas de igualmente que generalmente se encuentra enfocadas a la fomentar la equidad en su equipo de trabajo, en el establecimiento de reglas laborales justas y que recaen para todos de manera igualitaria. Ante este panorama, piensan igual el 25% y 21% de la población que casi siempre y en ocasiones gestionan en sus organizaciones el tema de igualdad de oportunidades y crecimiento del personal en sus negocios. Mientras tanto, el 28% promueve la integración laboral de personas en condición de vulnerabilidad y la mayoría del tiempo el 22% trata de abordar esta temática e incluir en sus negocios acciones que beneficien a las personas.

Tabla 18

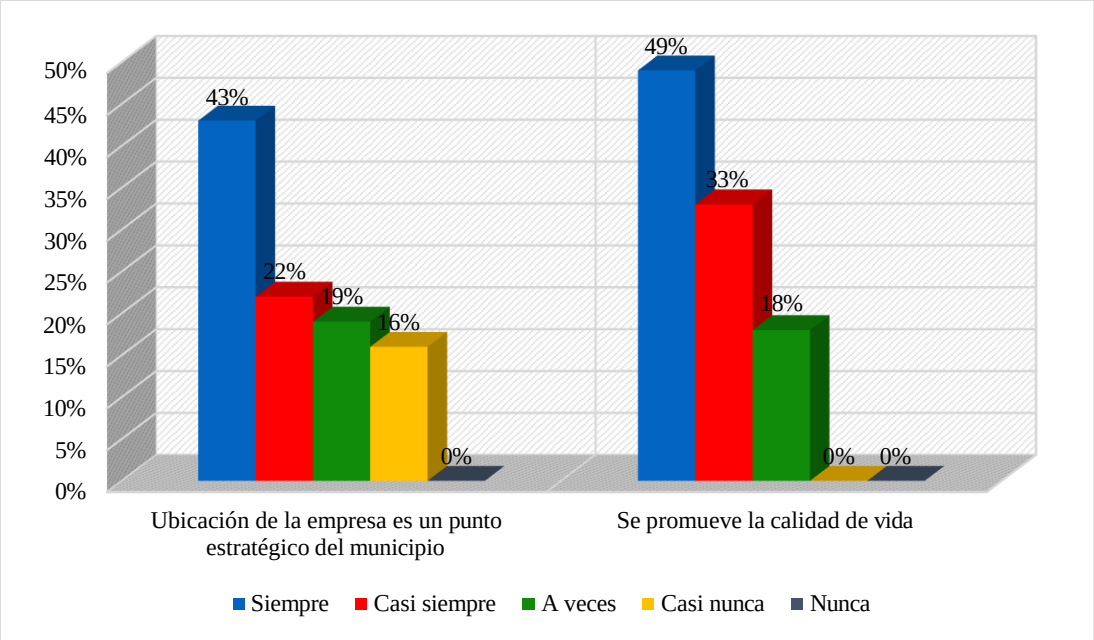
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Ubicación de la empresa es un punto estratégico del municipio	43%	22%	19%	16%	0%	100%
Se promueve la calidad de vida	49%	33%	18%	0%	0%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 22

ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

En lo referente al ODS 11, se evidencia una alta aplicación de las acciones que integran este objetivo, tal es el caso del 43% de los comerciantes que afirmaron que la ubicación de sus negocios es un punto a favor porque le facilitan la compra de los productos a la comunidad ocañera y de esta manera hacen que la ciudad sea sostenible al tener una visibilidad en el entorno y vías de acceso oportunas. A su vez, este objetivo de desarrollo sostenible es aplicado con la promoción de la calidad de vida de los ocañeros, pues de acuerdo con el 49% de los comerciantes siempre tienen presente en sus negocios el brindar oportuna atención, el generar productos que satisfagan las necesidades del mercado y aporten de manera positiva al bienestar de cada comunidad y cliente que lo adquiera.

Tabla 19

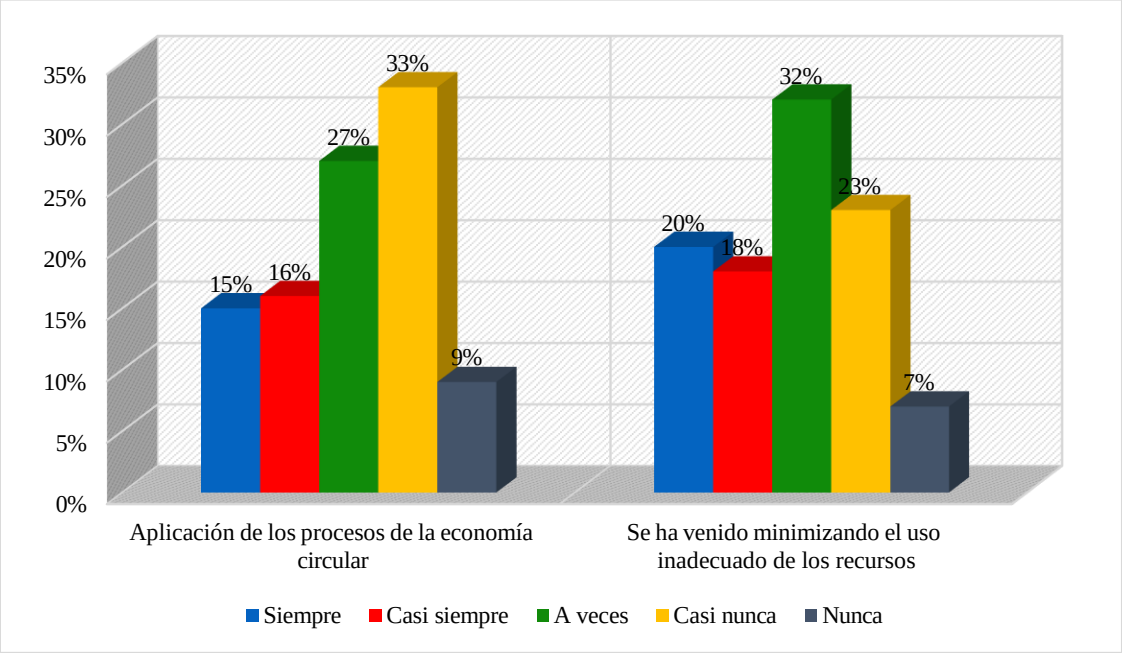
ODS 12. Producción y consumo responsable, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Aplicación de los procesos de la economía circular	15%	16%	27%	33%	9%	100%
Se ha venido minimizando el uso inadecuado de los recursos	20%	18%	32%	23%	7%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 12. Producción y consumo responsable, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 23

ODS 12. Producción y consumo responsable, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 12. Producción y consumo responsable, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Al indagar con los comerciantes sobre producción y consumo responsable, los resultados reflejan que el 33% de esta población casi nunca suele tener presente los procesos de economía circular en sus negocios, lo que se debe en gran medida al desconocimiento de este nuevo modelo económico. Aunque es diferente para el 27% de los encuestados, quienes sí perciben en algunas ocasiones la realización de procesos que van de la reutilización de materiales, el reciclaje y la venta de productos fabricados con recursos sostenibles. Y el 32% por su lado, considera que solo a veces hacen acciones que minimizan el uso de los recursos sostenibles, por lo que se conoce en este indicador que el 23% casi nunca realiza estas actividades, puesto que no les genera interés.

Tabla 20

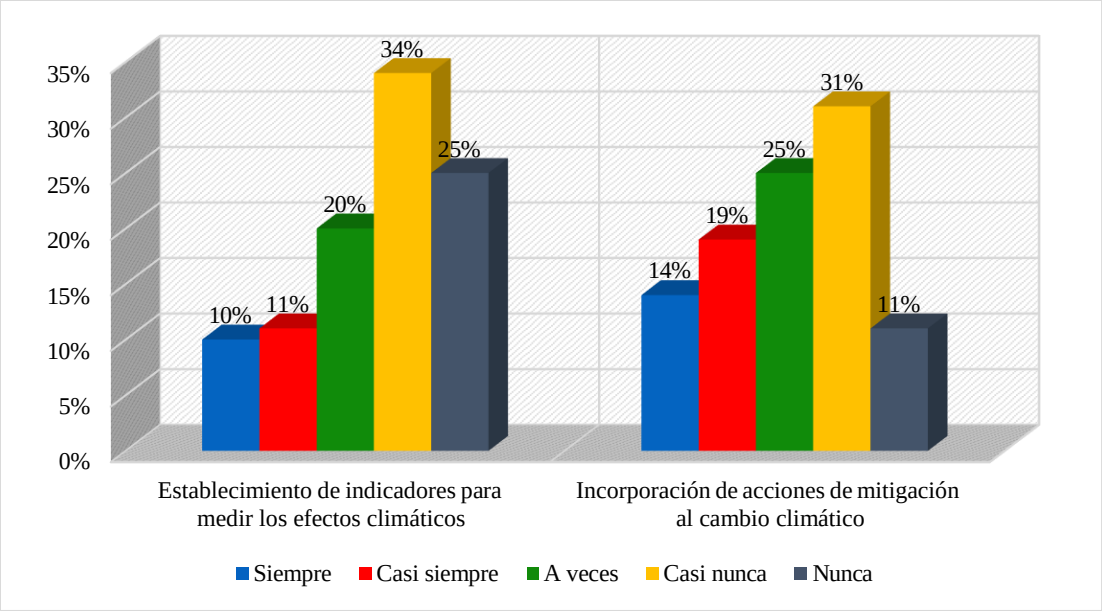
ODS 13. Acción por el clima, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Establecimiento de indicadores para medir los efectos climáticos	10%	11%	20%	34%	25%	100%
Incorporación de acciones de mitigación al cambio climático	14%	19%	25%	31%	11%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 13. Acción por el clima, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 24

ODS 13. Acción por el clima, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 13. Acción por el clima, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Las acciones alrededor del cuidado climático es un tema aislado de las actividades que desarrolla el comerciante, pues así lo demuestran en los resultados en donde el 34% de ellos casi nunca establecen indicadores para medir los efectos que ocurren en el ambiente y solo el 20% aplica algunas veces este tipo de labores pensando en cuidar los ecosistemas, pero cabe mencionar que son labores poco frecuentes. Es una situación parecida con la inclusión de acciones que mitigan los cambios en el clima por la producción que realizan muchas empresas, pues solo el 14% de los comerciantes piensan que son necesarias aplicar tales estrategias y el resto de la población que es la mayor parte de los encuestados no lo ven de la misma manera y considera innecesarias estas acciones cuando su actividad comercial no tiene que ver con el ambiente según su posición.

Tabla 21

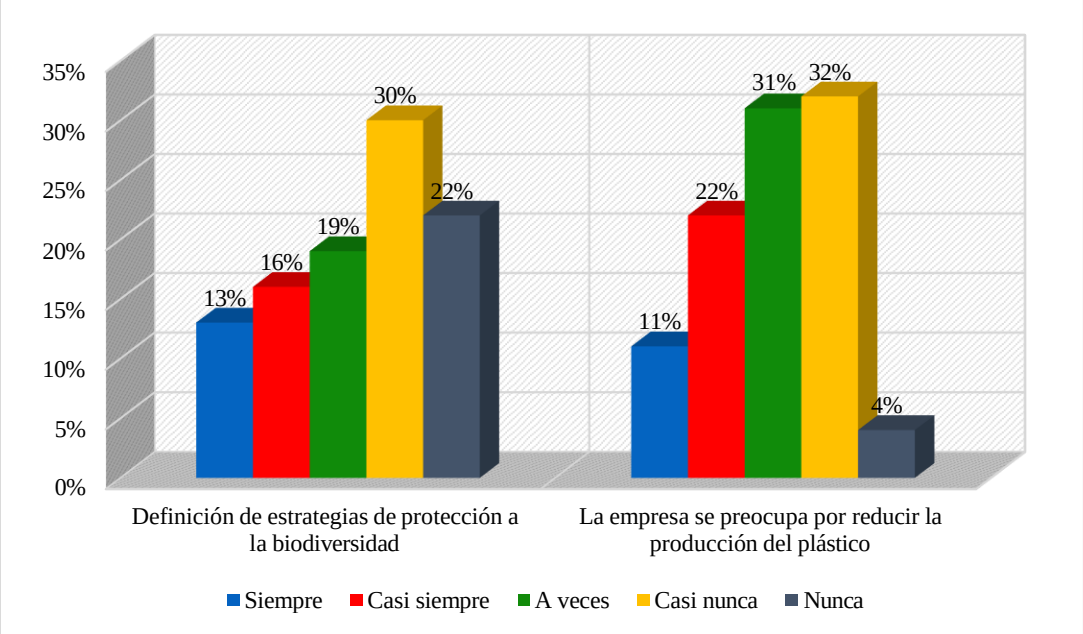
ODS 14. Vida submarina, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Definición de estrategias de protección a la biodiversidad	13%	16%	19%	30%	22%	100%
La empresa se preocupa por reducir la producción del plástico	11%	22%	31%	32%	4%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 14. Vida submarina, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 25

ODS 14. Vida submarina, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados

Acerca de este objetivo, muchos de los comerciantes encuestados desconocen la forma en la que pueden aplicar acciones encaminadas a aportar la vida submarina ya que no encuentran

una relación entre su labor como comercializador de bienes y servicios y la biodiversidad, así lo han afirmado un 30% de los encuestados que casi nunca define este tipo de estrategias al igual que 22% que nunca suele incluir acciones para conservar los océanos, los mares y recursos marinos que le brinda el ambiente. Ahora bien, la preocupación del sector comercio por reducir la producción de plástico, es baja debido a que 32% manifiesta poco interés por ello y casi nunca tienen presente este factor, igual que el 31% que solo a veces toma la iniciativa de no comprar ni entregar el producto en bolsas plásticas.

Tabla 22

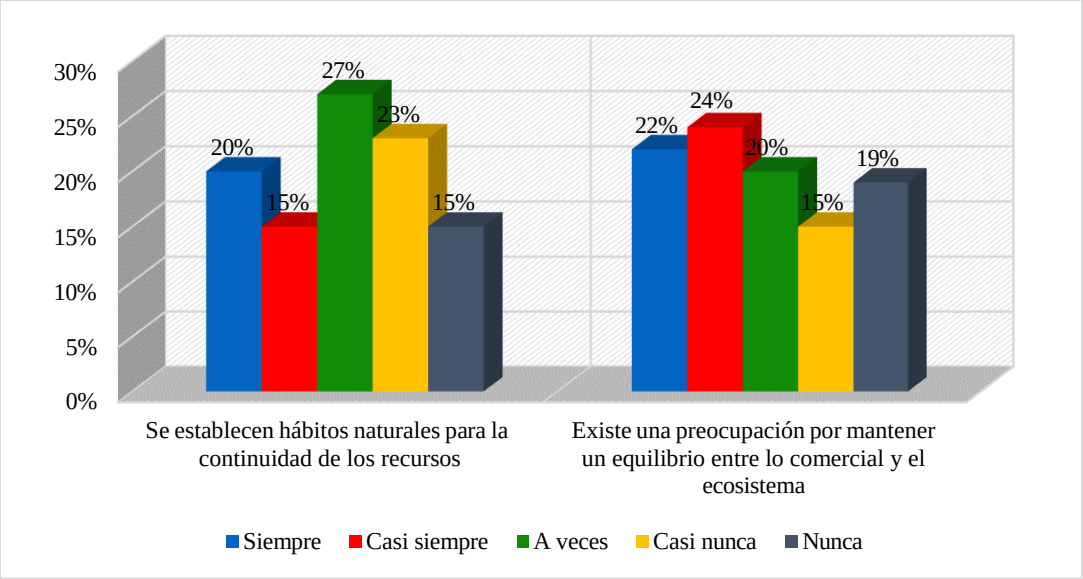
ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Se establecen hábitos naturales para la continuidad de los recursos	20%	15%	27%	23%	15%	100%
Existe una preocupación por mantener un equilibrio entre lo comercial y el ecosistema	22%	24%	20%	15%	19%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 26

ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Como se puede observar las opiniones en el marco de la aplicación de acciones por parte de los comerciantes de Ocaña para la protección de los ecosistemas estuvieron divididas, puesto que se encuentran dentro de los resultados que el 27% en ciertas ocasiones abarca tan temática en sus organizaciones mediante el establecimiento de hábitos en pro del cuidado de los recursos naturales, aunque el 23% casi nunca pone en marcha dichas prácticas, únicamente el 20% de la población siempre tiene presente la gestión de los recursos naturales para aportar a la vida de los ecosistemas terrestres. En lo que respecto a la preocupación por mantener un equilibrio entre lo comercial y el ecosistema, que identifica un 24% de los encuestados casi siempre tiene interés en este aspecto, debido a que les genera también una mejor relación con su ambiente y el 22% también considera que es un tema en el cual siempre se debe trabajar, pues como actores comerciales deben proteger los ecosistemas de los que se beneficia la comunidad.

Tabla 23

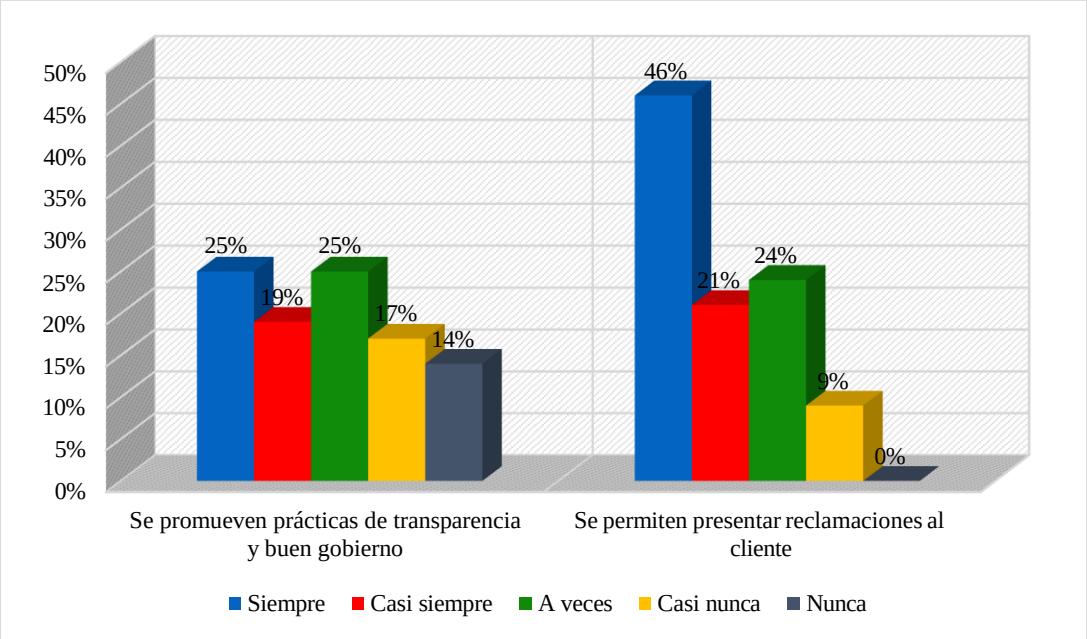
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Se promueven prácticas de transparencia y buen gobierno	25%	19%	25%	17%	14%	100%
Se permiten presentar reclamaciones al cliente	46%	21%	24%	9%	0%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 27

ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Las prácticas de transparencia y buen gobierno se promueven según el 25% de los comerciantes siempre desde su gestión organizacional, es decir, que para esta parte de la población, se trabaja continuamente en el desarrollo de actividades comerciales que se caractericen por los valores y claridad en la administración con el fin de crear un negocio sólido en el mercado. El resto de la población, ha considerado que solo algunas veces aplican acciones relacionadas con la paz, la justicia e instituciones sólidas. En cuanto a los procesos de reclamación por parte del cliente, que es considerado una estrategia que promueve la justicia en los mercados, el 46% de los comerciantes han dicho que efectivamente se permite llevar a cabo tal acción y que es la razón por la que son equitativos y se cumplen las normas internas.

Tabla 24

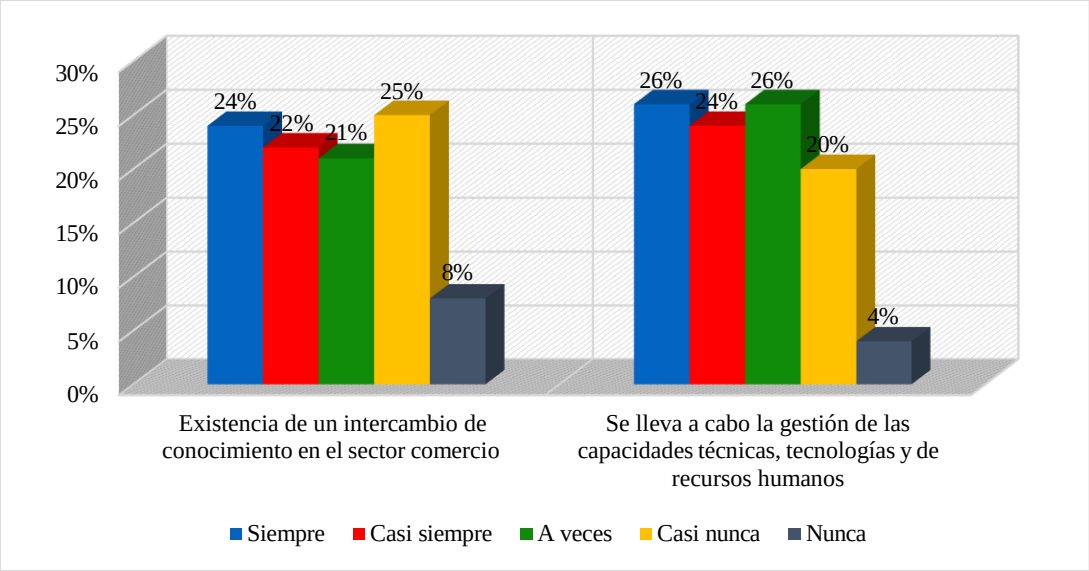
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos, aplicado en el sector comercio de Ocaña

Ítem	Escala de respuestas					
	Siempre	**Casi siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**	**Total**
Existencia de un intercambio de conocimiento en el sector comercio	24%	22%	21%	25%	8%	100%
Se lleva a cabo la gestión de las capacidades técnicas, tecnologías y de recursos humanos	26%	24%	26%	20%	4%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

Figura 28

ODS 17. Alianzas para lograr objetivos, aplicado en el sector comercio de Ocaña



Nota. La figura muestra los resultados sobre el ODS 17. Alianzas para lograr objetivos, aplicado en el sector comercio de Ocaña.

En este último objetivo, que tiene ver con las alianzas del sector comercio, se establece en primer lugar que para el 25% casi nunca se da un intercambio del conocimiento en el sector comercio, al considerar que son muy pocas las experiencias que se comparten entre comerciantes. Opinión diferente tienen el 24% que siempre se genera un aprendizaje mutuo entre los comerciantes que integran el sector. En materia de gestión de las capacidades técnicas, tecnologías y de recursos humanos, fue el 26% de los encuestados quienes manifestaron que siempre desarrollan tales actividades para generar nuevos conocimientos en su personal. Aunque para otro 26% resulta ser una acción que solo se realiza de vez en cuando, al notar las necesidades internas de capacitación o cuando pueden participar en eventos gratuitos. El 24% casi siempre suelen fomentar las capacitaciones en su recurso humano, pero de manera muy esporádica.

4.2.2 Análisis de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña

Comenzar este análisis, señalando que los comerciantes por aportar con su labor a la economía local, están llamados a ser parte de la incorporación de los ODS puesto que su aplicación les genera una nueva dinámica y desempeño empresarial pensando en la sostenibilidad de sus procesos y a través de estos logran impactar positivamente en las comunidades donde desarrollan sus actividades.

Es por esto, que se han identificación en la investigación la manera en la que vienen aplicando los ODS los comerciantes de Ocaña, ya sea de manera directa o indirecta mediante acciones empresariales que tiene un efecto positivo en su gestión y se reflejan en la integración de recursos, ofrecimiento de alternativas al mercado y contribuyen al mejoramiento de la relación con su medio, así mismo con esta puesta práctica de la sostenibilidad facilitan la generación de valor, competitividad y reconocimiento social. De esta manera, es la siguiente tabla la que muestra los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que aplica la población perteneciente el sector comercio de Ocaña, la cual parte del análisis realizado a los resultados de la encuestado en donde se evidencia cuáles de estos se aplican con mayor orientación en sus negocios:

Tabla 25

Análisis de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña

ODS	Aplicación del sector comercio de Ocaña
ODS 1. Fin de la pobreza	✓ Generación de empleos en la actividad comercial ✓ Oferta de productos y servicios asequibles a la población ocañera
ODS 2. Hambre cero	✓ Comercialización de productos que cumplen con los estándares de calidad en el mercado y satisfacen las necesidades exigidas por los clientes.
ODS 3. Salud y bienestar	✓ Los negocios de los comerciantes cuentan con las condiciones de ambientes de trabajo sano que generan bienestar en sus empleados y clientes.
ODS 4. Educación de calidad	✓ Se realizan capacitaciones al personal de la empresa en materia de comercial y empresarial, y con ello se fomenta el aprendizaje interno en los negocios comerciales.
ODS 5. Igualdad de género	✓ Los comerciantes son flexibles con las medidas tomadas frente a los casos de sus empleadas en estado de maternidad. ✓ Se fomentan en los negocios la diversidad de género al emplear personas sin discriminar su orientación.
ODS 6. Agua limpia y saneamiento	✓ En los negocios se realizan actividades para la reducción de la contaminación y uso de recursos adecuados.
ODS 8. Trabajo decente	✓ En el sector comercio se viene fomentando el empleo juvenil, permitiendo que los jóvenes ocañeros adquieran experiencias y brindan una fuente de empleo.
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura	✓ Los comerciantes incentivan en sus establecimientos la investigación y desarrollo, variables que aplican para conocer las necesidades del cliente y con ello innovar en sus productos.
ODS 10. Reducción de las desigualdades	✓ Existen en el sector comercio políticas de igualdad en las empresas.
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles	✓ La ubicación de los negocios suele estar en puntos estratégicos del municipio que facilitan el proceso de compra. ✓ Los comerciantes mediante su actividad promueven la calidad de vida en la comunidad.
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas	✓ Se promueve este ODS a través de la opción existente en los negocios que le permite a los clientes presentar reclamaciones cuando consideran que el producto no es de calidad y de esta manera se genera la justicia social.
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos	✓ Se lleva a cabo una gestión con otras entidades para obtener capacitaciones técnicas, tecnológicas.

Nota. La tabla muestra el análisis de los principales ODS aplicados por los comerciantes.

4.3 Establecimiento de la relación entre los procesos organizacionales gestionados por el sector comercio de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030

Para establecer la relación entre los procesos organizacionales que actualmente desarrollan las empresas pertenecientes al sector comercio de Ocaña, tales van desde la satisfacción al cliente, cumplimiento de la misión y visión, la calidad del producto, relación con los proveedores, gestión del recurso humano hasta el cumplimiento de los requisitos legales y los ODS, fue necesario partir de los resultados de la encuesta en los que mediante una tabla de análisis la población asocia tales variables de estudio.

4.3.1 Resultados de la encuesta sobre la relación existente entre los procesos organizacionales y los ODS según los comerciantes de Ocaña

A continuación se muestra la tabla y figura como resultado del análisis porcentual de la encuesta aplicada al sector comercio y que permite finalmente evidenciar la relación que hay entre los procesos organizacionales y los ODS:

Tabla 26

Los ODS en los procesos organizaciones del sector comercio según los resultados de la encuesta

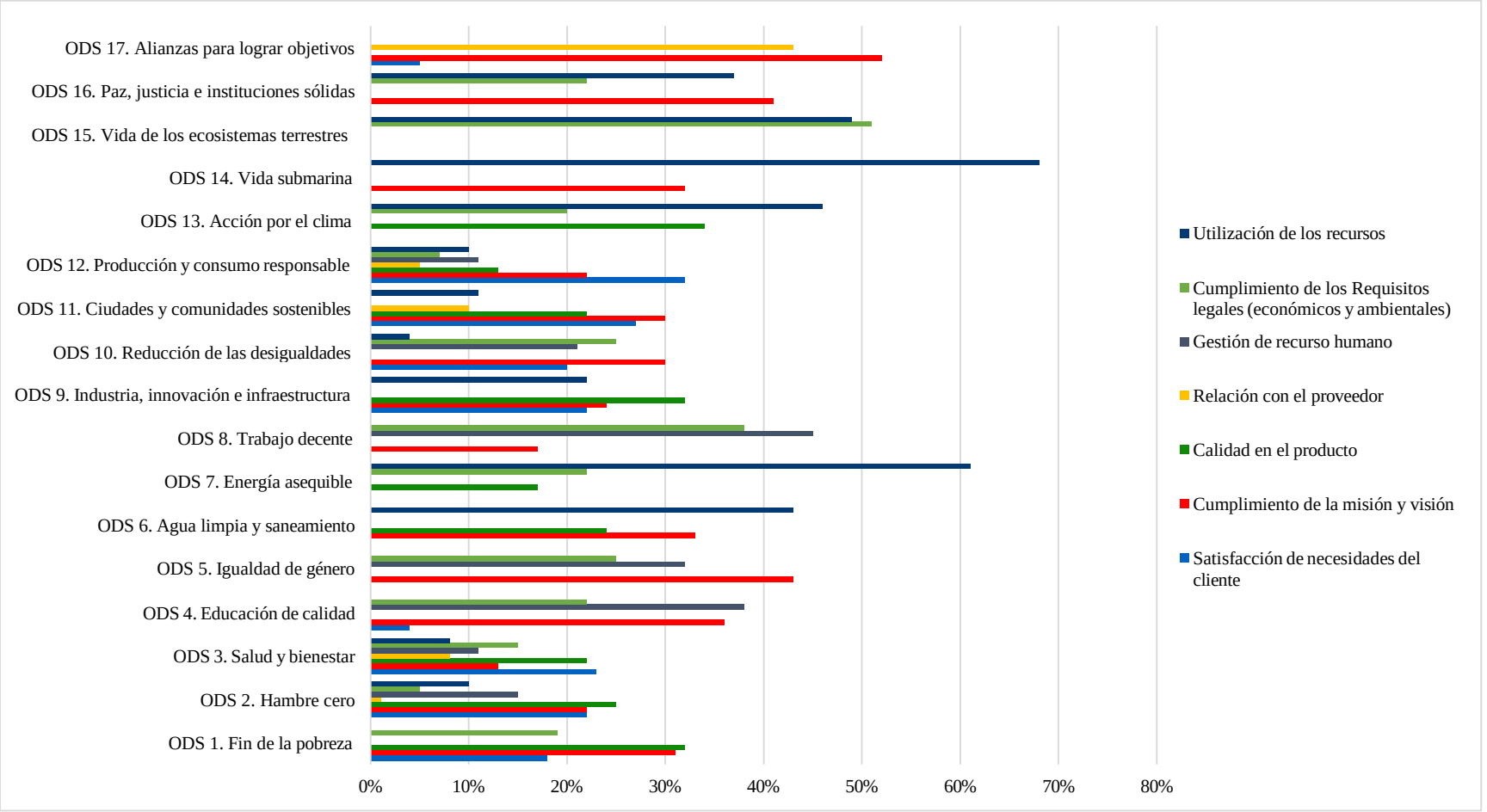
	Procesos organizacionales							
ODS	**Satisfacción de necesidades del cliente**	**Cumplimiento de la misión y visión**	**Calidad en el producto**	**Relación con el proveedor**	**Gestión de recurso humano**	**Cumplimiento de los Requisitos legales (económicos y ambientales)**	**Utilización de los recursos**	**Total**
ODS 1. Fin de la pobreza	18%	31%	32%	0%	0%	19%	0%	100%
ODS 2. Hambre cero	22%	22%	25%	1%	15%	5%	10%	100%
ODS 3. Salud y bienestar	23%	13%	22%	8%	11%	15%	8%	100%
ODS 4. Educación de calidad	4%	36%	0%	0%	38%	22%	0%	100%
ODS 5. Igualdad de género	0%	43%	0%	0%	32%	25%	0%	100%
ODS 6. Agua limpia y saneamiento	0%	33%	24%	0%	0%	0%	43%	100%
ODS 7. Energía asequible	0%	0%	17%	0%	0%	22%	61%	100%
ODS 8. Trabajo decente	0%	17%	0%	0%	45%	38%	0%	100%
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura	22%	24%	32%	0%	0%	0%	22%	100%
ODS 10. Reducción de las desigualdades	20%	30%	0%	0%	21%	25%	4%	100%

	Procesos organizacionales							
ODS	**Satisfacción de necesidades del cliente**	**Cumplimiento de la misión y visión**	**Calidad en el producto**	**Relación con el proveedor**	**Gestión de recurso humano**	**Cumplimiento de los Requisitos legales (económicos y ambientales)**	**Utilización de los recursos**	**Total**
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles	27%	30%	22%	10%	0%	0%	11%	100%
ODS 12. Producción y consumo responsable	32%	22%	13%	5%	11%	7%	10%	100%
ODS 13. Acción por el clima	0%	0%	34%	0%	0%	20%	46%	100%
ODS 14. Vida submarina	0%	32%	0%	0%	0%	0%	68%	100%
ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres	0%	0%	0%	0%	0%	51%	49%	100%
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas	0%	41%	0%	0%	0%	22%	37%	100%
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos	5%	52%	0%	43%	0%	0%	0%	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre los ODS en los procesos organizacionales de los comerciantes.

Figura 29

Los ODS en los procesos organizaciones del sector comercio según los resultados de la encuesta



Nota. La figura muestra los resultados sobre los ODS en los procesos organizacionales de los comerciantes.

Tras haber organizado los resultados obtenidos de la encuesta, es posibles realizar el siguiente análisis teniendo en cuenta los porcentajes con mayor concentración de población que indican la relación entre los procesos organizacionales gestionados por el sector comercio de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

ODS 1. Fin de la pobreza: Se halla que el 32% de los comerciantes relacionan este Objetivo con el proceso de calidad en el producto, mientras que el 31% se concentra en afirman que tiene que ver más con el cumplimiento de la misión y visión empresarial fijada. De otro lado, es el 19% quienes lo asocian con el cumplimiento de los requisitos legales que debe formalizar la empresa en los ámbitos económicos y ambientales. Y finalmente el 18%, lo relaciona con la satisfacción de las necesidades del cliente.

ODS 2. Hambre cero: Un 25% de los comerciantes encuestados perciben este objetivo cuando cumplen con todos los estándares de calidad que les exige el cliente en el producto. Sin embargo, para el 22% el hambre cero se constituye dentro del proceso empresarial que se lleva a cabo para cumplir con sus objetivos organizacionales planteados. Aunque para el 22% sea más un tema de satisfacción de necesidades del mercado.

ODS 3. Salud y bienestar: Está relacionado inicialmente por el 23% de los comerciantes con el proceso organizacional de satisfacción de los clientes por las necesidades que cubren con su producto o servicio. Por su parte, el 22% de la población encuestada manifiesta que tiene que ver con la calidad en el producto, en el caso del 15% considera que el bienestar que se brinda parte de cumplir con los requisitos sociales, económicos y ambientales que exigen los mercados. Y en última instancia, sólo el 15% lo considera parte de su misión y visión.

ODS 4. Educación de calidad: Se representa a nivel empresarial según el 38% de los comerciantes encuestados a través de la gestión del recurso humano, proceso de la empresa que se integra por las competencias y conocimientos del personal. Mientras tanto, un 36% de esta misma población, lo relaciona principalmente con su misión y visión. Y para el 22% de los comerciantes hace parte del proceso de los requisitos legales para el manejo del aprendizaje comercial en el sector.

ODS 5. Igualdad de género: Es un ODS que se ve reflejado para el 43% de los comerciantes dentro del proceso organizacional denominado “cumplimiento de la misión y visión de la empresa”. Aunque, el 32% manifestó que se encuentra relacionado con la gestión de recurso humano y el 22% lo asocia con los requisitos legales que como negocio comercial cumplen.

ODS 6. Agua limpia y saneamiento: En su gran mayoría de encuestados que corresponde al 43%, consideran que este ODS se ve implicado con el uso de los recursos que gestionan en sus negocios para desarrollar su productividad. Para el 33% de los comerciantes hace parte de un indicador a cumplir mediante la definición de la misión y visión organizacional. Y por otro lado, es el 24% de los encuestados que considera que forma parte de la calidad en el producto por el manejo de los recursos naturales.

ODS 7. Energía asequible: El 61% de los comerciantes, relaciona este ODS con la forma en la que utilizan los recursos naturales renovables y no renovables en su actividad comercial. Y únicamente el 22% lo ubican dentro del proceso organizacional que abarca el cumplimiento de los requisitos legales.

ODS 8. Trabajo decente: Es relacionado por el 45% de los comerciantes dentro de la gestión del recurso humano que llevan a cabo en sus negocios como proceso organizacional. Y el 38% indicaron que este ODS tiene que ver más con el cumplimiento de los requisitos legales que la norma laboral en Colombia se debe acatar cuando se vincula laboralmente un empleado a la empresa.

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura: Un 32% de los comerciantes que participaron en la investigación confirman que este es ODS tiene relación con la calidad del producto. Un 24% por otro lado, considera que los factores de innovación e infraestructura forman parte de la declaración de la misión y visión. Mientras, que 22% lo asocia con el uso de los recursos disponibles en la organización y otro 22% con la satisfacción de las necesidades del cliente.

ODS 10. Reducción de las desigualdades: un 30% de los comerciantes encuestados contempla este Objetivo de Desarrollo Sostenible en su organización a través de su misión y visión. Mientras que para el 25%, parte de cumplir con las normativas legales que abarcan en los entornos económicos y ambientales. En el caso del 21% considera que mediante la gestión de su recurso humano, logra abordar el tema de la desigualdad y para el 20% mediante la satisfacción de necesidades, con lo que aportan a la disminución de las brechas sociales existentes.

ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles: Los resultados indican que para el 30% de los comerciantes, es preciso este ODS dentro del procesos que desarrollan para cumplir con lo expuesto en el marco axiológico. Diferente opinión tiene el 27% que relaciona la sostenibilidad en la comunidad con la manera que satisfacen las necesidades exigidas por las mismas. Y

finalmente es el 22% que comparte su posición como comerciante al manifestar que este ODS tiene que ver particularmente con la calidad del producto.

ODS 12. Producción y consumo responsable: Es un ODS relacionado por el 32% de los encuestados con la manera en la que satisfacen las necesidades del mercado, puesto que consideran que el producto que exige el cliente sea el adecuado y su consumo provee beneficios. Para un 22%, el consumo responsable debe ser una variable incluida en su misión y visión, por lo que lo asocian con su direccionamiento estratégico y objetivos empresariales. El 13% mientras tanto, piensa que tiene que ver con producir bienes de calidad y el 11% lo relaciona con la gestión del recurso humano.

ODS 13. Acción por el clima: En este punto, la mayor parte de los comerciantes hablan de que es un objetivo de la agenda 2030 que se relaciona directamente con la forma en la que se gestionan sus recursos, ya que los factores climáticos se ven afectados por prácticas como la contaminación y el excesivo manejo de los recursos naturales. Aunque existe un 34% de los encuestados, que lo perciben en la calidad del producto.

ODS 14. Vida submarina: El 68% de los comerciantes asumen que este en un Objetivo de Desarrollo Sostenible que se deriva del desarrollo de procesos internos en donde se usa los recursos ambientales, por ello parte de que se ha de realizar el reciclaje y disminuir el uso del plástico. Sin embargo, para el 32% tiene que ver con cumplir su misión y visión, desde donde contemplan la dimensión ambiental y su RSE con el medio que los rodea y en donde se encuentran los mares y océanos que han de protegerse.

ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres: Esta relacionado según el 51% de los comerciantes con los requisitos legales ambientales que desarrollan en su proceso de comercialización, al abarcar este ODS la protección de los ecosistemas que implica tener presente nuevas normas ambientales y las sanciones por su contaminación. Piensan de manera similar, el 49% de los encuestados quienes encuentran una relación con el uso de los recursos en su organización.

ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas: Es un objetivo que el 41% de los comerciantes asocia con su misión y visión, al igual que los valores corporativos desde pueden poner en práctica acciones de equidad social y laboral. Para el 37%, de los encuestados en la investigación, guarda una relación directa con el uso de los recursos disponibles en la empresa y finalmente es el 22% que lo ubica dentro del proceso del cumplimiento de los requisitos legales.

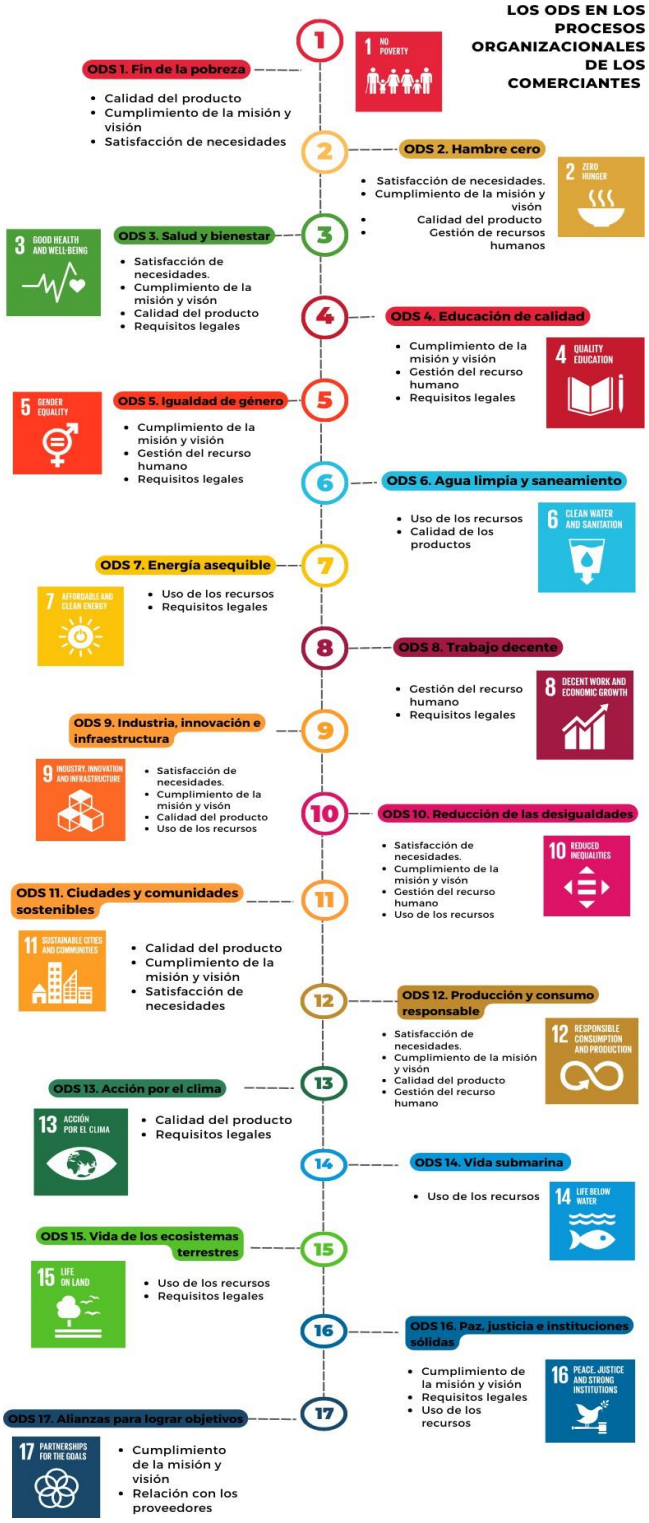
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos: para el 52% de los comerciantes, existe una relación entre este ODS y la misión y visión de sus negocios porque proyectan realización de alianzas, Sin embargo aparecen un 43% de los encuestados que indican que es más asociado con el proceso que manejan con sus proveedores, con quienes suelen realizar convenios para entregar los productos a comercializar, incluir nuevas líneas de comercialización y seguir ampliando sus procesos organizacionales.

4.3.2 Análisis de la relación entre los procesos organizacionales gestionados por el sector comercio de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En la siguiente infografía se resumen los resultados obtenidos en este objetivo de la investigación:

Figura 30

Infografía resumen de la relación entre los procesos organizacionales y los ODS



Nota. La figura muestra la relación entre los procesos organizacionales y los ODS.

4.4 Definición de las estrategias y enfoques requeridos para la adecuada aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades productivas del sector comercio de Ocaña

En el proceso de definir las estrategias para la aplicación de los ODS en el sector comercio de Ocaña, se tiene a consideración los resultados obtenidos en la encuesta:

4.4.1 Resultados de la encuesta sobre las estrategias más adecuadas para aplicar los ODS en el sector comercio

Tabla 27

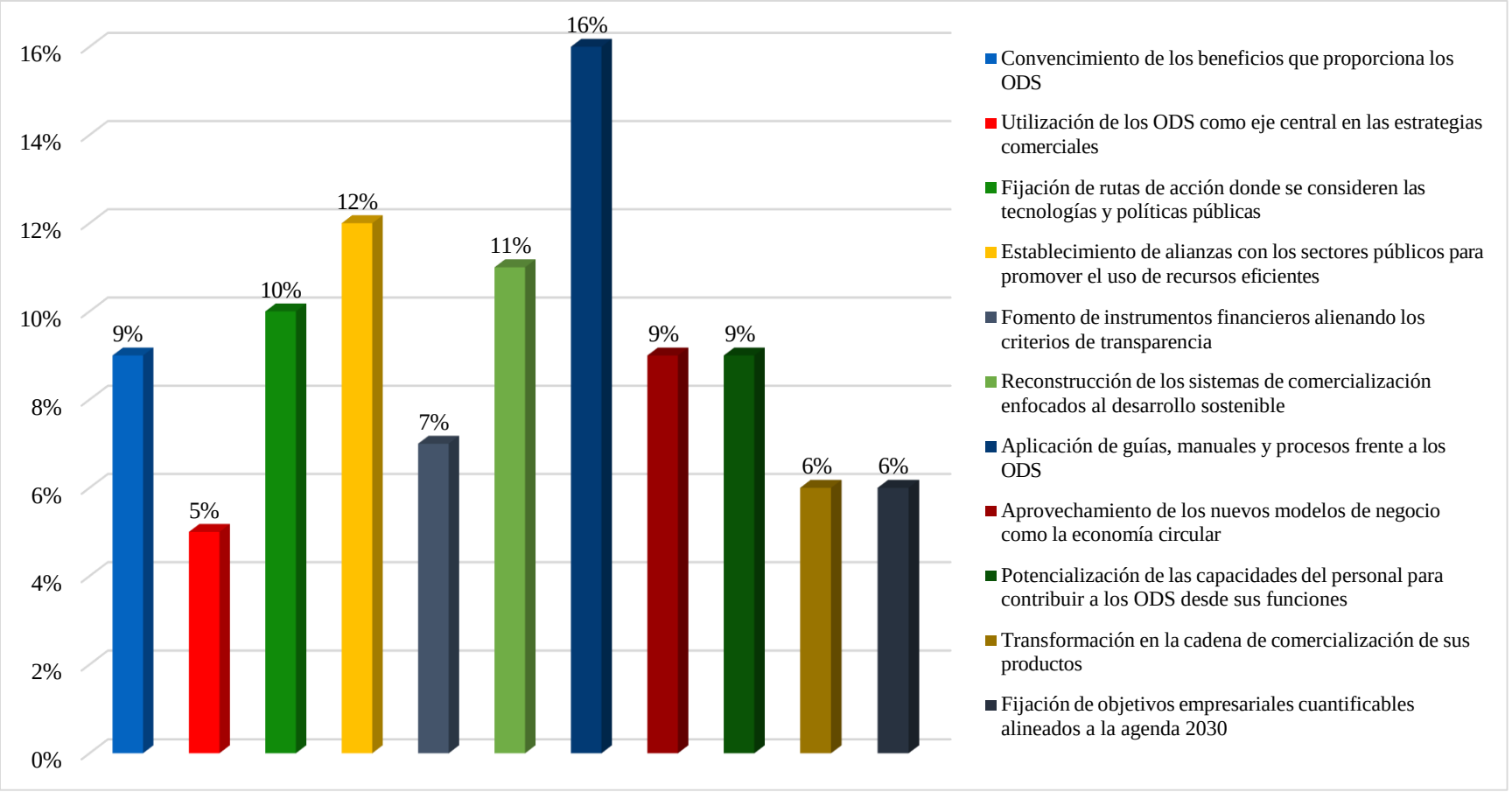
Tipo de estrategia que considera más adecuada el comerciante para aplicar en su establecimiento comercial y encaminar sus actividades al cumplimiento de los ODS

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Convencimiento de los beneficios que proporciona los ODS	17	9%
Utilización de los ODS como eje central en las estrategias comerciales	10	5%
Fijación de rutas de acción donde se consideren las tecnologías y políticas públicas	18	10%
Establecimiento de alianzas con los sectores públicos para promover el uso de recursos eficientes	21	12%
Fomento de instrumentos financieros alienando los criterios de transparencia	13	7%
Reconstrucción de los sistemas de comercialización enfocados al desarrollo sostenible	20	11%
Aplicación de guías, manuales y procesos frente a los ODS	31	16%
Aprovechamiento de los nuevos modelos de negocio como la economía circular	18	9%
Potencialización de las capacidades del personal para contribuir a los ODS desde sus funciones	18	9%
Transformación en la cadena de comercialización de sus productos	11	6%
Fijación de objetivos empresariales cuantificables alineados a la agenda 2030	12	6%
Total	189	100%

Nota. La tabla muestra los resultados sobre el tipo de estrategias más adecuada para aplicar los ODS.

Figura 31

Tipo de estrategia que considera más adecuada el comerciante para aplicar en su establecimiento comercial y encaminar sus actividades al cumplimiento de los ODS



Nota. La figura muestra los resultados sobre el tipo de estrategias más adecuada para aplicar los ODS.

En materia de estrategias que el comerciante considera adecuada de aplicar en su negocio para promover los ODS, se puede observar que inicialmente los resultados indican que es el 16% de los encuestados quienes considera oportuno contar con guías, manuales o procesos que evidencian la forma en la que se deben implementar las acciones para el desarrollo sostenible. Seguidamente, se encuentran un total de 12% de la población, que manifiesta la importancia de establecer alianzas con los sectores públicos para impulsar el uso eficiente de los recursos, pues mediante de esta acción lograr unir esfuerzos y trabajar en un tema que beneficia a toda la comunidad. En tercer lugar, están el 11% de comerciantes quienes por su parte opinan que para aplicar los ODS debe haber una reconstrucción de los sistemas de comercialización que orienten sus actividades de intercambio a la sostenibilidad de los mercados.

De otro lado, es el 10% de los encuestados que se inclinan por fijar rutas de acción donde se consideren las tecnologías y políticas públicas herramientas de gestión que les permita desarrollar prácticas sostenibles desde sus negocios. Mientras tanto, el 9% considera conveniente estudiar en su rol de comerciante los beneficios que proporciona la aplicación de los ODS y de esta manera apropiarlos en su equipo de trabajo. Un mismo nivel porcentual de la población, considera importante potencializar las capacidades del personal que integra sus negocios y hacer que estos puedan contribuir desde el tema del desarrollo sostenible a sus funciones. En este contexto, también aparece otro 9% de los encuestados, quienes se inclinan por la estrategia enfocada al aprovechamiento de los nuevos modelos de negocios y uno de ellos es el de la economía circular que promueve el uso adecuado de los residuos derivados de la actividad empresarial.

El fomento de instrumentos financieros alineados a los criterios de transparencia, es considerada una estrategia apropiada por el 7% de comerciantes. Aunque sea el 6% de los encuestados quienes ven la transformación de su cadena de comercialización como una acción más acorde para incluir los ODS, así como, otro 6% afirma que es mejor fijar objetivos empresariales cuantificables alineados a la agenda 2030 y se puedan medir mediante indicadores. Y por último, para el 5% de los comerciantes resulta relevante poder hacer uso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible como eje central en las estrategias comerciales que actualmente manejan en sus negocios.

4.4.2 Estrategias que se proponen para el fomento de los ODS en el sector comercio de Ocaña

Las siguientes estrategias se plantean de acuerdo con cada uno de los ODS en donde pueden aportar a la sostenibilidad los comerciantes de Ocaña desde sus negocios. Igualmente se tuvo presente lo dispuesto por Remacha, (2017) en el documento “empresa y Objetivos de Desarrollo Sostenible”, por lo tanto las estrategias propuestas son:

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 1. Fin de la pobreza:**

Promover iniciativas de inversión social que demuestren el compromiso que posee el comerciante por su RSE, el buen nombre de su negocio y la erradicación de la pobreza en Ocaña.

Generar una cultura tributaria en el sector comercio en la que cumpla con sus obligaciones y deberes como comerciante con el fin de contribuir a la obtención de recursos requeridos para el bienestar de la sociedad.

Realizar continuamente investigaciones de mercados que le permitan al comerciante conocer los niveles de pobreza en las que se encuentra el municipio y a partir de ello proveer recursos que satisfagan las necesidades halladas y aporten a calidad de vida.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 2. Hambre cero:**

Manejar precios competitivos en el mercado, con el fin de tener una mayor cobertura de la demanda y así cubrir las necesidades que poseen otros nichos de mercados.

Crear alianzas con fundaciones que fomentan el hambre cero en los niños del municipio donde se aporte de la actividad comercial y se tenga alcance a la población que carece de fuentes de alimentación.

Fomentar dentro de la empresa los buenos hábitos en materia de aprovechamiento de los recursos con los que dispone para la comercialización y la cadena de valor.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 3. Salud y bienestar:**

Generar entre los empleados de la empresa hábitos saludables en su rutina de trabajo, para concientizar sobre la importancia de cuidar su salud.

Establecer acciones enfocadas a la prevención de riesgos laborales y accidentes, garantizando las condiciones adecuadas para realizar el trabajo.

Propender por el desarrollo de un ambiente de trabajo adecuado tanto para los empleados como los clientes, que haga posible llevar una vida sana.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 4. Educación de calidad:**

Hacer parte al equipo de la empresa en las capacitaciones que suelen realizar entidades locales como la Cámara de comercio, el Sena y la UFPSO.

Crear tablero de reconocimiento y recompensas en las instalaciones de la empresa que le generen motivación al personal y asuma con mayor responsabilidad sus funciones.

Definir un plan de desarrollo profesional que sirva como herramientas para identificar las fortalezas y debilidades de los empleados y con ello establecer objetivos de mejoramiento.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 5. Igualdad de género:**

Generar actividades internas donde se resalte el papel de la mujer que trabaja en la empresa para empoderarla y mejorar su desarrollo personal.

Fomentar medidas flexibles en relación a aquellas empleadas que se encuentran en estados de gestación para evitar que su maternidad sea factor de desmotivación profesional.

Dar el tiempo solicitado por ley y los beneficios que le corresponden tanto al hombre como mujer empleado de la empresa en su rol de padres una vez se supere el periodo de gestación de la mujer.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 6. Agua limpia y saneamiento:**

Proporcionar instalaciones sanitarias adecuadas en la empresa que fomenten las prácticas de higiene en los empleados.

Introducir actividades de prevención, agotamiento y contaminación del agua.

Realizar un consumo sostenible del agua y reducir con ello el impacto ambiental que genera la empresa de manera directa e indirecta.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 7. Energía asequible:**

Investigar a mayor profundidad sobre temáticas como la importancia de la energía renovable, eficacia energética y consumo energético.

Contribuir mediante iniciativas propias del comerciante a la minimización del uso de los recursos naturales, minerales y la contaminación que contribuyan a generar una energía renovable para la sociedad en general.

Invertir en las tecnologías que permitan mejorar la eficacia energética en el local del establecimiento comercial.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 8. Trabajo decente:**

Fomentar buenas relaciones laborales con los proveedores a través de la creación de incentivos requeridos para el crecimiento social, inclusivo y responsable.

Adoptar prácticas de contratación responsable, así como que a cada empleado se le cancele todos los requerimientos legales que se exigen para la formación de su empleo, entre ellos la seguridad laboral.

Aplicar la ley “mi primer empleo” que permite contratar a personas jóvenes sin experiencia, lo cual brinda la oportunidad de crecer profesionalmente y aportar al desarrollo de la juventud ocañera.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 9. Industria, innovación e infraestructura:**

Crear acciones enfocadas especialmente a la investigación y el desarrollo (i +D) que mejoren los procesos de gestión interna y fomenten el valor añadido en los productos y servicios.

Incluir el uso de herramientas tecnológicas en las funciones que desarrollan los empleados con el fin de iniciar procesos que reduzcan los costos u obtener nuevas fuentes de ingresos mediante los canales digitales.

Expandir las actividades comercializadoras a nuevos nichos de mercados en lo que se pueda incursionar y así generar una mayor competitividad.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 10. Reducción de las desigualdades:**

Crear políticas de igualdad, integración laboral y riesgos de exclusión social que caractericen a la empresa por su reducción a la desigualdad social.

Analizar y adoptar las acciones que se llevan a cabo en la Agenda 2030 para la reducción de las desigualdades salariales.

Crear buenas prácticas en materia fiscal que sirva como herramientas para que el comerciante contribuya a la desigualdad social que se vive en el municipio.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles:**

Planificar los procesos de aprovisionamiento de los productos y servicios comercializados para garantizar el acceso a los mismos de todos los habitantes de Ocaña y mantener una calidad de vida.

Adoptar medidas que minimicen el impacto personal, social y ambiental que causan los medios de transporte, tales son teletrabajo y movilidad sostenible.

Mejorar las capacidades laborales de los trabajadores para beneficiarse con la reducción de costos.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 12. Producción y consumo responsable:**

Incluir en el modelo de negocio el concepto de economía circular mediante nuevos sistemas comerciales que consideren el valor de los productos, los materiales requeridos y los recursos para la comercialización se mantengan durante el mayor tiempo posible.

Hacer uso de forma eficiente de los recursos de logística para la comercialización de los bienes o servicios y concientizar al equipo de trabajo y a los clientes sobre las fases de extracción, transformación, distribución y consumo.

Estimular la demanda de los productos o servicios en stock o usados a través de la mercadotecnia para orientar a los clientes hacia el consumo responsable.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 13. Acción por el clima:**

Crear planes de contingencia que preparen a los empleados para afectaciones producidas por la naturaleza cuando ocurran dentro de las instalaciones del establecimiento comercial.

Incorporar iniciativas en la empresa de adaptación y mitigación de los cambios climáticos.

Hacer parte de la empresa el informe de emisiones de gases y contaminación que realizan las entidades de gestión ambiental a nivel municipal, para que de esta se tenga conocimiento de la situación climática que experimenta el entorno donde la empresa desarrolla las actividades comerciales.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 14. Vida submarina:**

Estudiar el documento guía denominado Protocolo de Capital Natural en que se abordan los riesgos en los que incurre el sistema empresarial del mundo por los bajos índices de protección a los océanos y mares.

Definir una estrategia de biodiversidad que integre los elementos de prevención, gestión y reparación de los daños que provoca la actividad comercial, además de contar una política de presentación de biodiversidad.

Realizar actividades con las diversas entidades ambientales enfocadas a la reducción del plástico con el fin de evitar la degradación de los ecosistemas.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres:**

Crear iniciativas comerciales tales como la inversión en las infraestructuras verdes.

Hacer uso del capital y los servicios de los ecosistemas para solucionar las necesidades que se presenten en el entorno comercial.

Promover la iniciativa de crear jardines vegetales en los hogares de los empleados y en las instalaciones de la empresa con el fin de promover ambientes más saludables.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas:**

Incorporar procesos de transparencia en la gestión interna de la empresa como eje que rige los valores corporativos.

Generar prácticas de buen gobierno y de cumplimiento normativo que son esenciales para asegurar la observancia de la ley y el comportamiento ético de los empleados.

Implementar mecanismos de diálogo que permitan a los diferentes grupos de interés (clientes, comunidad, empleados y proveedores) comunicar las necesidades que poseen a la empresa.

- **Estrategias empresariales para el fomento del ODS 17. Alianzas para lograr objetivos:**

Crear alianzas con la UFPSO para la obtención de capacitaciones, participación en ferias empresariales que le permita a la empresa un mayor reconocimiento.

Participar de manera activa en los proyectos que realiza la cámara de comercio con los comerciantes de Ocaña para intercambiar experiencias y recursos mediante estos espacios.

Fomentar convenios con las empresas prestadoras de servicios tecnológicos para incluir tecnologías de punta en la actividad comercial de la empresa.

4.4.3 Enfoques empresariales requeridos para la adecuada aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las actividades productivas del sector comercio de Ocaña

Es el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, 2020) la entidad que propone los parámetros que han de seguirse como ruta para que las empresas y los diversos sectores entre ellos el comercial, fomenten y colaboren mediante el desarrollo de acciones al cumplimiento de los ODS. Entre tanto, propone los siguientes enfoques que se deben contemplar para su aplicación y en la investigación se relacionan de tal manera que se cuente con las bases requeridas a nivel mundial en el proceso de aportar a la sostenibilidad y sean los comerciantes quienes las tengan presente:

Figura 32

Enfoques que se deben contemplar para su aplicación de los ODS



Nota. La figura muestra los enfoques que se deben contemplar para su aplicación de los ODS. Tomado del documento creados por El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, 2020).

Figura 33

Descripción de cada uno de los enfoques requeridos en la aplicación de los ODS



	1 Determinar la posición actual	2 Identificar oportunidades clave de impacto	3 Instar a la acción
OBJETIVO	Comprender el nivel de impacto que el sector produce en los ODS a lo largo de la cadena de valor.	Conceptualizar dónde el sector puede hacer el mayor aporte a los ODS de manera colectiva.	Inspirar al sector y a otros actores a tomar medidas para alcanzar los ODS.
ACTIVIDADES PRINCIPALES	1.1 Mapear los ODS y el actual nivel de impacto en la cadena de valor del sector.	2.1 Identificar oportunidades clave de impacto para avanzar hacia la concreción de los ODS.	3.1 Identificar barreras, potenciales soluciones y aceleradores de impacto para el sector.
	1.2 Priorizar los ODS aplicables al sector.	2.2 Evaluar el grado de participación del sector.	3.2 Identificar acciones de corto, mediano y largo plazo para aprovechar las oportunidades en materia de ODS.
			3.3 Monitorear, medir y dar cuenta de los avances.
RESULTADO	ODS prioritarios para abordar en el sector.	Oportunidades clave de impacto para el sector.	Plan de acción para el sector.

Nota. La figura muestra la descripción de cada uno de los enfoques requeridos en la aplicación de los ODS. Tomado del documento creados por El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, 2020).

Figura 34

Etapas requeridas para aplicar los enfoques de los ODS en el sector comercio de Ocaña

ETAPA	PASO	ACTIVIDAD
PASO 1: DETERMINAR LA POSICIÓN ACTUAL	1.1.Mapear los impactos que el sector produce en los ODS a lo largo de la cadena de valor	Identificar líder(es) del sector
		Trazar un modelo de cadena de valor simplificado
		Identificar los ODS y las metas relevantes para el sector
		Identificar iniciativas, alianzas y productos actuales o planificados que se relacionen con metas particulares de los ODS
		Identificar en qué etapa de la cadena de valor el sector interactúa con cada ODS
		Determinar si el impacto de cada sector es mayormente directo o indirecto
		Identificar qué geografías son más relevantes para el sector, para cada objetivo
		Identificar la alineación actual del sector con las ambiciones de cada ODS
		Evaluar si el nivel actual de impacto positivo y negativo del sector es alto, medio o bajo para cada ODS
		Evaluar si el sector tiene un potencial alto, medio o bajo de contribuir a cada ODS
		Evaluar el nivel de potenciales oportunidades comerciales relacionadas con la concreción de cada ODS
	1.2. Priorizar los ODS aplicables al sector	Trazar el actual nivel de impacto positivo y negativo contra el potencial de contribuir a cada ODS
		Analizar la matriz de tendencias y las incertidumbres
		Priorizar las metas de ODS donde el sector pueda contribuir más para minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos
PASO 2: IDENTIFICAR OPORTUNIDADES CLAVE DE IMPACTO	2.1. Identificar oportunidades clave para producir un impacto en los ODS	Revisar los informes específicos del sector y el conocimiento de soluciones por parte de los socios internos
		Identificar grupos de *stakeholders* para obtener información de expertos sobre posibles oportunidades de impacto y acordar un formato de participación
		Revisar los programas e iniciativas actuales del sector identificados en la etapa de mapeo para comprender qué debería iniciarse, suspenderse o continuarse, considerando dónde el sector tendrá más influencia, más impacto o más capacidad de impulsar la transformación y la innovación
		Hacer una lista de una cantidad manejable de oportunidades de impacto que: (1) tengan más probabilidades de minimizar los impactos negativos o aumentar los positivos; y (2) pueda ser implementada de manera realista. Para asistir en el proceso, aplicar los criterios que deben cumplir todas las oportunidades preseleccionadas
	2.2. Evaluar el grado de participación del sector	Evaluar la participación del sector de forma cualitativa, de modo de generar confianza en que las principales oportunidades se ajustan a los ODS previstos, y a fin de identificar qué otros sectores o socios deberán acelerar el impacto
PASO 3: INSTAR A LA ACCIÓN	3.1. Identificar barreras, potenciales soluciones y aceleradores de impacto	Con el aporte de las partes interesadas apropiadas, que deberán estar dotadas de los conocimientos especializados pertinentes, debatir y consensuar las principales barreras, soluciones y aceleradores de impacto para cada oportunidad de impacto clave
	3.2. Identificar acciones de corto, mediano y largo plazo para aprovechar las oportunidades en materia de ODS	Aprovechar los conocimientos prácticos de las partes interesadas para identificar y priorizar acciones para cada oportunidad de impacto, y para definir los cronogramas y los recursos necesarios
		Poner a prueba la lista de prioridades ante *stakeholders* externos al sector para garantizar su credibilidad
		Asignar un líder para cada acción y consensuar un plan de monitoreo para dar seguimiento a los avances
	3.3. Monitorear, medir y dar cuenta de los avances	Asignar la responsabilidad de monitorear y rendir cuentas, y determinar la frecuencia de la divulgación de resultados

Nota. La figura muestra las etapas requeridas para aplicar los enfoques de los ODS en el sector comercio de Ocaña. Tomado del documento creados por El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, 2020).

Capítulo 5. Conclusiones

Entre los primeros resultados que arroja la encuesta se encuentran con que existen diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible que han aplicado las empresas del sector comercio de Ocaña y ante esto se concluye que el ODS 1 se refleja mediante la generación de empleos, el ODS 2 es promovido con la comercialización de productos de calidad en el mercado, el ODS 3, lo aplican los comerciantes al contar con las condiciones adecuadas para el desarrollo laboral. También se destaca el ODS 4, desde donde realizan capacitaciones y educan al cliente en el buen uso de los productos, en el caso de ODS 5 se imparte con la flexibilidad existente en los casos de maternidad, generando la igualdad de género. Igualmente, se destacan los ODS 9, 8 y 11 por ser aplicados por los comerciantes.

De otro lado, la investigación permitió establecer la relación que hay entre los procesos organizacionales gestionados por los comerciantes de Ocaña y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Concluyendo en este punto, que mediante la gestión interna que adelanta la población del sector comercio que van desde la cumplir con su misión y visión, realizar productos de calidad, mantener una buena relación con sus proveedores, usar los recursos, etc., logran impartir acciones que van de la mano con los ODS, ejemplo de ello, es el caso del ODS 1, fin de la pobreza, en que los encuestados lo asociaron con el cumplimiento de su axiología, es decir, que entre sus metas incluyen realizar productos a bajos precios y así tiene alcance a la sociedad más vulnerable, aportando a la disminución de las desigualdades sociales que también se contempla en el ODS 2 y ODS 11 el cual trabajan a partir de las satisfacción de necesidades de la comunidades.

Por último, considerando que el sector comercio requiere de guías, manuales o procesos que les permita una adecuada aplicación de los ODS, se establecieron en el proyecto las estrategias orientadas a tal finalidad, es decir, el trabajo es culminado con el planteamiento de las diversas acciones propuestas para que se logre aportar desde el sector comercio al cumplimiento de los ODS fijados en la Agenda 2030. Por lo tanto, las estrategias se definen por cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles y para que los comerciantes a su vez tengan una mayor claridad de la manera en la que pueden abordar estos de la empresa y el equipo de trabajo que lo conforman. Así mismo, se parte de lo expuesto por el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, para establecer los diversos enfoques que deben tener en cuenta los comerciantes para aplicar las estrategias de los ODS, entre los que se encuentra determinar su posición actual, identificar oportunidades claves de impacto e instar a la acción.

Capítulo 6. Recomendaciones

Si bien los comerciantes de Ocaña vienen aplicando algunos de los ODS mediante las diversas actividades empresariales y de manera directa o indirecta contribuyen a la sostenibilidad, se recomienda tener presente para seguir con una implementación más adecuada de estos, la integración de los ejes transversales del desarrollo sostenible, que se encuentran conformados por la sostenibilidad social (ambiente, economía y sociedad), multidimensionalidad (educación responsable, información precisa, capacitación continua), trazabilidad en la planeación (planes viables y estratégicos) y mercados sostenibles (canales de comunicación, contexto y objetivos), los cuales le permitirán tener claridad sobre la manera en la aportan desde su gestión al cumplimiento de los ODS.

Así mismo, al evidenciar la relación existente entre los ODS y los procesos organizacionales que se adelantan desde el sector comercio de Ocaña, se sugiere a la población de comerciantes que incluyan el componente de sostenibilidad dentro de sus procedimientos internos de la empresa, puesto que esto les permite apropiarse del tema. Es decir, comenzar por incluir dentro de la declaración de la misión o visión palabras como la sostenibilidad empresarial, gestión ambiental y sociedades sostenibles. De igual manera, incorporar en los estándares de calidad del producto la sostenibilidad como uno de ellos, ya que a partir de este se determinan los recursos usados, la forma en la que se puede reutilizar el bien comprado y con ello fomentar la economía circular.

Finalmente, es recomendable al sector comercio tener presente las estrategias propuestas en el proyecto de investigación, debido a que estas se encuentran diseñadas y enfocadas para que

los comerciantes tomen iniciativas encaminadas a desarrollar acciones que contribuyan al cumplimiento de los ODS y a la sostenibilidad de los mercados, por lo que su aplicación puede ser solo el comienzo de su preparación para que comercialicen bajo los principios sostenibles. Además, los enfoques que se proponen son los requeridos para una adecuada aplicación de los ODS, los cuales conllevan a su vez emplear herramientas eficientes para su labor como comerciante.

Referencias

Arévalo, J. G., & Pacheco Carrascal, M. (2019). Caracterización de la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña. *I+D Revista de Investigaciones, 2*(2), 6-19.

Asamblea General de las Naciones Unidas. (2015). *Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. Distr. general.* Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: https://hub.arcgis.com/documents/sigalcmzl::resoluci%C3%B3n-70-1-asamblea-general-naciones-unidas/explore

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia de 1991*. Gaceta Constitucional 116 de 20 de julio de 1991.: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Cámara de comercio de Bogotá. (2018). *Unidos por los ODS, el aporte de nuestras empresas* . https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/26986/Informe-general-Unidos-por-los-ODS.Vf_.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cámara de Comercio de Ocaña. (2022). *Estimación del potencial de comerciantes PARA EL AÑO 2022.* Ocaña.

Chavarro, D., Vélez, M., Tovar, G., & Montenegro, I. (2017). *Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia y el aporte de la ciencia, la tecnología y la innovación.* Los documentos de trabajo de Colciencias: https://minciencias.gov.co/sites/default/files/objetivos_de_desarrollo_sostenible_y_aporte_a_la_cti_v_3.5.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe.* https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf

Comisión ODS Colombia. (2018). *Reporte Nacional Voluntario, Desarrollo ODS.* Departamento Nacional de Planeación y Secretaría Técnica de la Comisión ODS: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/20338RNV_Versio769n_revisada_31.07.18.pdf

Congreso de la República de Colombia. (1993). *Ley 99* . Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html

Congreso de la República de Colombia. (2018). *Ley 1931*.Por la cual se establecen directrices para la gestión del cambio climáticO: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87765

Costa, J. E., Rodríguez, M., Sánchez, P., & Rañón, L. (2016). La empresa sostenible. *Atlántida Grupo Editor*, 19-45.

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. (2020). *Participación de Actores en la ejecución y el examen de la Agenda 2030.* https://sdgs.un.org/sites/default/files/2021-08/Stakeholder%20Engagement%20and%20the%202030%20Agenda%20-%20A%20practical%20guide%20Spanish.pdf

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD). (2020). *Hojas de Ruta Sectoriales en pro de los ODS: potenciar el poder de la colaboración sectorial para*

impulsar la transformación en línea con los ODS. https://www.wbcsd.org/contentwbc/download/5735/76504/1

El SDG Compass. (2016). *La guía para la acción empresarial en los ODS.* https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/06/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf

Figueroa, D. (2022). La Investigación Descriptiva con Enfoque cuantitativo. *Pontificia Universidad Católica del Perú*, 9-13. Pontificia Universidad Católica del Perú.

FitzGerald, V. (2007). *La CEPAL y la teoría de la industrialización.* https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12123/0NE047061_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20tesis%20de%20la%20CEPAL,la%20concentraci%C3%B3n%20de%20los%20frutos

García, J. B., Tobón, C., & Torres, A. (2020). Entorno empresarial, empleo y productividad. *Centro de Investigaciones Económicas y Financieras (Cief). Universidad EAFIT*. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/29925/competitividad_sostenibilidad_equidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gil, A., & Barcellos, P. (2011). Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI. *Revista Galega de Economía, vol. 20*, 1-22.

Gutiérrez, E. (2007). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Trayectorias, IX*(25). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60715120006

Isla, P. (2018). De la teoría a la acción: cómo las empresas están acelerando la transformación. *El liderazgo empresarial en la agenda 2030: de la teoría a la acción*.

Jiménez, D. G., & Gómez, M. (2014). La competitividad sostenible como herramienta de fortalecimiento empresarial. *Revista de divulgación científica, tecnológica y cultural, 2*(4). https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/4422/Art_4_Jim%C3%A9nez%20_Diana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kingo, L. (2020). *ODS, año 4 el liderazgo empresarial en la agenda 2030: de la teoría a la acción.* https://core.ac.uk/reader/480132135

Librero, C. (2018). *Marco de referencia en sostenibilidad empresarial.* https://www.unglobalcompact.org/library/5637

Mehmed, I. (2018). *Objetivos de desarrollo sostenible en las empresas españolas.* Grado en Finanzas, Banca y Seguros, Universidad de Valladolid: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/34388/TFG-E-620.pdf?sequence=1

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). *Resolución 0505*. Por la cual se adoptan los lineamientos señalados en el numeral 1° del artículo 35 de la Ley 2169 de 2021 en relación con la protección, preservación, restauración y uso sostenible de áreas y ecosistemas estratégicos: https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/06/Resolucion-0505-de-2022.pdf

Mohammed, A. (2015). Los retos de las empresas frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *d+i, desarrollando ideas*, 3-8.

Moreno, D. C. (2016). *Sustainable entrepreneurship, meaning and dimensions.* Revista Katharsis: http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis

Novoa, R. D. (2018). *Reconocimiento de ODS - Ecuador, Buenas prácticas de desarrollo sostenible.* https://biblioteca.olade.org/opac-tmpl/Documentos/hm000701.pdf

Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2019). *Incorporar el comercio para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible.* https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/sdg_s.pdf

Plan de Desarrollo Más por Ocaña. (2020). *Alcaldía de Ocaña.* La carta de navegación del municipio: https://ocananortedesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/ocananortedesantander/content/files/000764/38184_plan-de-desarrollo-2020--2023-mas-por-ocana.pdf

Prado, M. (2013). *Propuesta de un modelo de negocio sostenible para empresarios.* [Trabajo final de Master perfil profesional] https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/25649/1/MODELO-DE-NEGOCIO-SOSTENIBLE.pdf

Remacha, M. (2017). *Empresa y objetivos de desarrollo sostenible.* Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa - IESE: https://media.iese.edu/upload/ST0438.pdf

Sánchez, N. (2019). La sostenibilidad en el sector empresarial. *UPC Universitat Politécnica de Catalunya*. https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf

Secretaría de Economía. (2021). *Agenda 2030 en México.* https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/288982021_VNR_Report_Mexico.pdf

Serna, G. (2011). *Economía I.* Primera Edición. Espacio Gráfico Comunicaciones S.A.: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4775/economia-1.pdf

Smith, H. (2006). Evaluación de los procesos organizacionales como estrategia de intervención para el cambio Evaluación de los procesos organizacionales como estrategia de intervención para el cambio. *Multiciencias, 6*(1). https://www.redalyc.org/pdf/904/90460106.pdf

Stanley, M. (2015). *Mind the Inequality Gap», Sustainable Economics*,. https://observatorio-lisboa.eapn.pt/ficheiro/Morgan-Stanley_Inequality-Gap.pdf

Torres, J. (2018). El papel de las empresas en la construcción de los Objetivos De Desarrollo Sostenible. *Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Facultad de Ciencias Sociales*, 5-24.

Torres, J. (2018). *El papel de las empresas en la construcción de los objetivos de desarrollo sostenible* [Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Relaciones Internacionales] Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano: https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/4012/El%20papel%20de%20las%20empresas%20en%20la%20construcci%C3%B3n%20de%20los%20ODS-%20JMT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

United Nations System Staff College [UNSSC]. (2019). La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. *Martin-Luther-King-Strasse 8, 53175 Bonn, Germany*. https://www.unssc.org/sites/default/files/2030_agenda_for_sustainable_development_-_kcsd_primer-spanish.pdf

Apéndice

Apéndice A. Encuesta diseñada para ser aplicada en el sector comercio de Ocaña

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo de la encuesta. Analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados en el sector comercio de Ocaña, Norte de Santander.

Datos del encuestado. Señor comerciante, responda según la información requerida:

Género: Masculino ___Femenino___

Edad: 20 a 25 años___26 a 31 años___32 a 37 años___de 38 años en adelante_____

Nivel de escolaridad: primaria___secundaria___profesional___postgrado___

Tipo de bien comercializado: Consumo___Materia prima___Otros_____

Años de experiencia: de 1 a 5 años___de 6 a 10 años___de 10 años en adelante___

Tamaño de empresa: pequeña___mediana___grande___

Aplicación de los ODS. Teniendo en cuenta la forma en la que aplica cada ODS en la empresa de sector comercio, responda según la frecuencia con la que lleva a cabo dicho accionar:

Aplicación en el sector comercio	ODS 1. Fin de la pobreza				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Genera empleos en su actividad comercial?					
¿Se provisionan productos o servicios asequibles a la población?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 2. Hambre cero				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Son comercializados productos de calidad en el mercado?					
¿Se fomentan los buenos hábitos de aprovechamiento de recursos alimenticios?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 3. Salud y bienestar				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿En la empresa se promocionan hábitos saludables entre los empleados?					
¿La empresa cuenta con condiciones de ambiente de trabajo sanas?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 4. Educación de calidad				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se realizan capacitaciones en materia comercial y empresarial?					

¿Se educa al cliente en el correcto uso del producto o servicio?					
¿Se fomentan mejores hábitos de reciclaje y consumo responsable?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 5. Igualdad de genero				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Realiza acciones para reducir la brecha salarial?					
¿Existe flexibilidad profesional frente a casos de maternidad?					
¿Existe en la empresa la diversidad de género?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 6. Agua limpia y saneamiento				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿El negocio realiza actividades para la reducción de la contaminación?					
¿Se realizan campañas enfocadas a evitar el agotamiento del agua?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 7. Energía asequible y no contaminante				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿La empresa invierte en tecnologías que mejoran la eficacia energética?					
¿Se hacen campañas internas para ahorrar energía en la empresa?					
¿Es usada una energía renovable?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 8. Trabajo decente y desarrollo económico				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Los empleados cuentan con seguridad laboral?					
¿Se promueve el empleo juvenil?					
¿Se generan empleos de manera constante?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 9. Industria, innovación e infraestructura				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se incentiva la investigación y desarrollo?					
¿Se ha adaptado la empresa a los avances tecnológicos?					
¿Se trabaja en la innovación de los productos?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 10. Reducción de las desigualdades				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Existen políticas de igualdad en la empresa?					
¿Se promueve la integración laboral de personas en condición vulnerable?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿La ubicación de la empresa es un punto estratégico del municipio?					
¿Se promueve la calidad de vida?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 12. Producción y consumo responsable				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Ha venido aplicando los procesos de la economía circular?					
¿Se ha venido minimizando el uso inadecuado de los recursos?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 13. Acción por el clima				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Son establecidos indicadores para medir los efectos climáticos?					
¿Se han incorporado acciones de mitigación al cambio climático?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 14. Vida submarina				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se definen estrategias de protección a la biodiversidad?					
¿La empresa se preocupa por reducir la producción del plástico?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se establecen hábitos naturales para la continuidad de los recursos?					
¿Existe una preocupación por mantener un equilibrio entre lo comercial y el ecosistema?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se promueven prácticas de transparencia y buen gobierno?					
¿Se permiten presentar reclamaciones al cliente?					

Aplicación en el sector comercio	ODS 17. Alianzas para lograr objetivos				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Existe un intercambio de conocimiento en el sector comercio?					
¿Se lleva a cabo la gestión de las capacidades técnicas, tecnologías y de recursos humanos?					

Relación de los ODS con los procesos organizacionales -Establezca la relación que considera que existe entre los procesos organizacionales que aplica en su establecimiento comercial con los ODS:

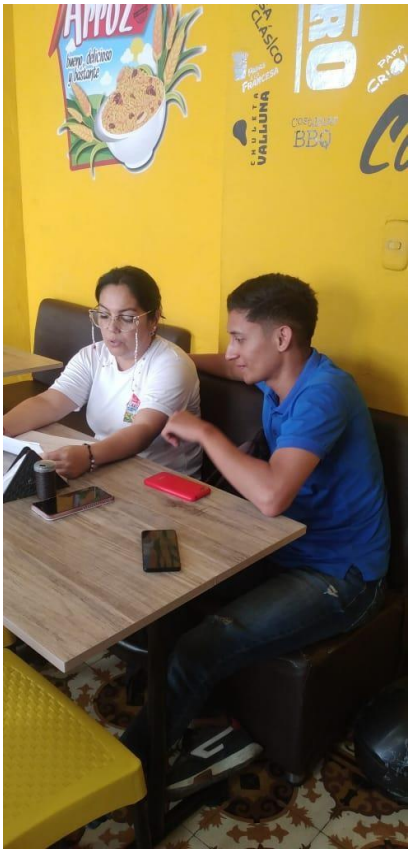
	Procesos organizacionales						
	Satisfacción de necesidades del cliente	Cumplimiento de la misión y visión	Calidad en el producto	Relación con el proveedor	Gestión de recurso humano	Cumplimiento de los Requisitos legales (económicos y ambientales)	Utilización de los recursos
ODS 1. Fin de la pobreza							
ODS 2. Hambre cero							
ODS 3. Salud y bienestar							
ODS 4. Educación de calidad							
ODS 5. Igualdad de género							
ODS 6. Agua limpia y saneamiento							
ODS 7. Energía asequible							
ODS 8. Trabajo decente							
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura							
ODS 10. Reducción de las desigualdades							
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles							
ODS 12. Producción y consumo responsable							
ODS 13. Acción por el clima							
ODS 14. Vida submarina							
ODS 15. Vida de los ecosistemas terrestres							
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas							
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos							

Estrategias ODS. Seleccione el tipo de estrategia que considera más adecuado aplicar en su establecimiento comercial para encaminar sus actividades al cumplimiento de los ODS (seleccione una única respuesta)

- Convencimiento de los beneficios que proporciona los ODS ___
- Utilización de los ODS como eje central en las estrategias comerciales ___
- Fijación de rutas de acción donde se consideren las tecnologías y políticas públicas ___
- Establecimiento de alianzas con los sectores públicos para promover el uso de recursos eficientes ___
- Fomento de instrumentos financieros alienando los criterios de transparencia ___
- Reconstrucción de los sistemas de comercialización enfocados al desarrollo sostenible ___
- Aplicación de guías, manuales y procesos frente a los ODS ___
- Aprovechamiento de los nuevos modelos de negocio como la economía circular ___
- Potencialización de las capacidades del personal para contribuir a los ODS desde sus funciones ___
- Transformación en la cadena de comercialización de sus productos ___
- Fijación de objetivos empresariales cuantificables alineados a la agenda 2030 ___

¡GRACIAS POR SU COLABORACION¡

Apéndice B. Evidencias fotográficas de la aplicación de la encuesta al sector comercio de Ocaña.








LEGUIN
TOYOTA SERVI