



Plan de mejora en el uso excesivo de bolsas plásticas en tiendas D1 SAS, regional

Antioquia norte, sector Medellín.

Andrea Del Pilar Galofre Caro

Johan Estip Ríos Chavarría

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Abril de 2024

Plan de mejora en el uso excesivo de bolsas plásticas en tiendas D1 SAS, regional
Antioquia norte, sector Medellín.

Andrea Del Pilar Galofre Caro

Johan Estip Ríos Chavarría

Monografía presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesor(a)

Jaime Darío Restrepo Díaz

Magister Gestión Tecnológica

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Abril de 2024

Dedicatoria

Queremos expresar toda la gratitud a los que nos han apoyado a lo largo de este camino académico. Es un honor para nosotros Andrea y Johan, presentar nuestro trabajo de grado.

Johan: A mis padres, fuente inagotable de apoyo, cuyo sacrificio y enseñanzas han sido la base de mi formación. A mi familia, por comprender y respaldar mis esfuerzos a lo largo de esta travesía académica.

Andrea: A mi esposo, mi Madre, gracias por su apoyo incondicional, por su comprensión y paciencia en este proceso académico, a mis Hijos por su amor y por ser el motor que impulsa este camino que recorro.

A nuestros profesores y mentores, cuyas sabias orientaciones y conocimientos han iluminado mi camino en la especialización en Gerencia de Proyectos. Agradezco su dedicación y paciencia, que han sido fundamentales para mi crecimiento profesional.

Al equipo de proyecto, cuya colaboración y compromiso han demostrado ser la piedra angular de nuestro éxito. Cada desafío superado ha fortalecido nuestro vínculo y enriquecido nuestra capacidad para trabajar en conjunto.

Agradecemos también a la institución educativa por brindarnos la oportunidad de explorar y profundizar nuestros conocimientos en la Gerencia de Proyectos. Este logro no habría sido posible sin el respaldo de una comunidad académica excepcional.

Finalmente, dedicamos este trabajo a todos aquellos que creen en el poder de la planificación, la ejecución eficiente y el liderazgo para alcanzar metas significativas. Que este proyecto sea una contribución humilde pero valiosa al mundo de la gerencia de proyectos.

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de manera significativa a la realización de este Trabajo de Grado en la Especialización en Gerencia de Proyectos.

Primero y, ante todo, queremos agradecer a nuestro profesor y nuestro asesor académicos Jaime Darío Restrepo Díaz por su orientación valiosa, apoyo constante y conocimientos compartidos a lo largo de este proceso. Sus sugerencias y comentarios han sido fundamentales para el desarrollo y la mejora continua de nuestro trabajo.

Agradecemos también a nuestras familias y seres queridos por su paciencia, comprensión y aliento incondicional. Su apoyo ha sido fundamental para superar los desafíos y mantenernos enfocados en nuestros objetivos.

Finalmente, reconocemos y agradecemos a todas las fuentes de información y literatura que hemos consultado, ya que han sido fuentes cruciales para la fundamentación teórica y el análisis crítico que sustentan este trabajo.

Este logro no hubiera sido posible sin la colaboración y contribución de cada persona mencionada anteriormente. A todos ustedes, nuestro más sincero agradecimiento.

Contenido

Lista de tablas	8
Lista de figuras	9
Lista de anexos.....	10
Resumen	11
Abstract.....	13
Introducción.....	15
CAPÍTULO I.....	17
1. Planteamiento del Problema.....	17
1.1 Descripción del Problema	17
1.2 Formulación del Problema	18
2. Objetivos.....	19
2.1. Objetivo General	19
2.2. Objetivos específicos	19
CAPÍTULO II.....	22
4. Marco Referencial.....	22
4.1. Marco Conceptual:.....	22
4.2. Marco Contextual	25
4.3. Marco Legal.....	27
CAPÍTULO III.....	34
5. Diseño Metodológico.....	34
5.1. Línea de investigación institucional (Programa académico)	34
5.2. Eje temático (Programa académico).....	35
5.3. Enfoque de investigación y paradigma investigativo (cualitativo, cuantitativo).....	35
5.4. Diseño (experimental, no experimental)	35
5.4.1. Alcance (exploratorio, descriptivo, correlacional, explicativo).....	35
CAPÍTULO IV	39
6. Resultados y Discusiones.....	39
6.1 Objetivo 1	39

6.1.1. Resultados	39
6.2 Objetivo 2	41
6.2.1. Resultados.....	41
6.3 Objetivo 3	43
6.1.3 Resultados.....	43
CAPÍTULO V.....	51
7. Conclusiones y/o recomendaciones.....	51
Referencias	54
Anexos	59

Lista de tablas

Tabla 1 Benéficos del proyecto.....	19
Tabla 2 grupos beneficiados.....	19
Tabla 3 Plan de mejora Tiendas D1.....	49

Lista de figuras

Figura 1 Diseño bolsas plástica.....	37
Figura 2 Bolsas plásticas.....	38
Figura 3 adquirir productos.....	40
Figura 4 Bolsas reutilizables.....	42
Figura 5 afiche informativo.....	43
Figura 6 Bolsas reciclables al hacer compras.....	45
Figura 7 Bolsas plásticas en casa.....	46

Lista de anexos

Resumen

El uso desmedido de bolsas plásticas, especialmente en industrias y grandes superficies como supermercados, representa una amenaza significativa para el medio ambiente y los recursos naturales. Este problema no solo es global, sino que también afecta de manera particular a países como Colombia, las consecuencias del uso indiscriminado de bolsas plásticas son diversas y alarmantes. Entre estas se encuentran la bioacumulación en la cadena alimentaria, la mortalidad de especies, la saturación de rellenos sanitarios y la emisión de sustancias tóxicas, entre otros impactos negativos. En la actualidad tiendas D1 es la principal cadena retail del país con más de 2500 puestos de ventas a nivel nacional, a gran escala el D1 junto con sus proveedores producen un portafolio de más de 1000 productos mensual en los cuales podemos encontrar gran cantidad de bolsas plásticas de un solo uso. Para corresponder a la problemática anteriormente enunciada se realiza la presente investigación, buscando como objetivo principal, desarrollar un plan de mejora en el uso excesivo de bolsas plásticas en tiendas D1 SAS, regional Antioquia norte, sector Medellín, para tal fin en primer lugar, se realizó la revisión de literatura disponible sobre el tema a nivel internacional y nacional, en segundo lugar, se efectuó entrevista a gerente de ventas sobre la situación del D1 frente a las bolsas plásticas y encuestas a los clientes en el uso de estas, una vez realizado el análisis correspondiente de la información obtenida, se encontraron los siguiente resultados: el D1 es consciente de la gran cantidad de bolsas plásticas que vende en sus tiendas en el sector Medellín, sin embargo para disminuir el uso de estas emplea el sistema de cajas de cartón disponibles en la zona de empaque, adicional de la incursión de nuevas bolsas reutilizables rojas y bolsas de papel biodegradables, claramente

no hay concientización por parte de la empresa hacia sus clientes en el uso de las bolsas plásticas de un solo uso

Palabras clave: Impacto ambiental; punto de venta; mitigación; bolsas plásticas; conciencia ambiental

Abstract

The excessive use of plastic bags, especially in industries and large stores such as supermarkets, represents a significant threat to the environment and natural resources. This problem is not only global, but also particularly affects countries like Colombia; the consequences of the indiscriminate use of plastic bags are diverse and alarming. These include bioaccumulation in the food chain, species mortality, saturation of landfills and the emission of toxic substances, among other negative impacts.

Currently, D1 stores are the main retail chain in the country with more than 2,500 sales positions nationwide. On a large scale, D1, together with its suppliers, produces a portfolio of more than 1,000 products monthly in which we can find a large number of bags. single-use plastics.

To correspond to the previously stated problem, this research is carried out, seeking as its main objective, to develop an improvement plan in the excessive use of plastic bags in D1 SAS stores, North Antioquia region, Medellín sector,

For this purpose, firstly, a review of available literature on the subject at an international and national level was carried out, secondly, an interview was carried out with a sales manager about the situation of D1 regarding plastic bags and customer surveys in the use of these

Once the corresponding analysis of the information obtained was carried out, the following results were found: D1 is aware of the large number of plastic bags that it sells in its stores in the Medellín sector, however, to reduce the use of these, it uses the cardboard boxes available in the packaging area, in addition to the incursion of new red reusable bags and biodegradable paper bags, there is clearly no awareness on the part of the company towards its customers in the use of single-use plastic bags

Keywords: Environmental impact; point of sale; mitigation; plastic bags; environmental awareness

Introducción

En el contexto actual de creciente conciencia ambiental y sostenibilidad, la problemática del uso excesivo de bolsas plásticas ha emergido como un desafío significativo para la salud del planeta. Las bolsas plásticas de un solo uso representan una amenaza ambiental considerable debido a su persistencia en el medio ambiente y su impacto negativo en la fauna y la flora.

En este sentido, el presente trabajo de grado se enfoca en la implementación de estrategias que permitan la disminución del uso excesivo de bolsas plásticas en las tiendas D1 SAS, específicamente en la región de Antioquia norte, con énfasis en el sector de Medellín.

Las tiendas D1 SAS, al ser actores clave en la cadena de distribución minorista, desempeñan un papel fundamental en la configuración de hábitos de consumo y, por ende, en la generación de residuos plásticos. Ante este escenario, la necesidad de adoptar medidas que fomenten prácticas más sostenibles se convierte en una prioridad estratégica. Esta investigación se centra en el diseño e implementación de estrategias efectivas que no solo reduzcan el uso de bolsas plásticas, sino que también promuevan una cultura consciente y responsable entre los consumidores y el personal de las tiendas D1 SAS.

A lo largo de este trabajo, se expone diversas estrategias innovadoras, desde la sensibilización y educación hasta la introducción de alternativas ecológicas, con el objetivo de identificar las acciones más eficientes y adaptables a la realidad específica de la región de Antioquia norte. Además, el impacto potencial de estas estrategias en términos económicos, sociales y ambientales, proporcionando así una visión integral de los beneficios que conlleva la adopción de prácticas sostenibles en el sector retail

En última instancia, la Implementación de estrategias que permitan la disminución del uso excesivo de bolsas plásticas en las tiendas D1 SAS no solo contribuirá a la mitigación del impacto ambiental, sino que también fortalecerá la reputación de la empresa como un actor comprometido con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Este estudio pretende ser un aporte valioso para el desarrollo de políticas y prácticas sostenibles en el sector retail, generando conocimiento aplicable y promoviendo un cambio positivo en la gestión de residuos plásticos.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del Problema

El uso excesivo de bolsas plásticas en las tiendas D1 de la Regional Antioquia Norte, específicamente en el sector de Medellín, ha generado preocupación debido a su impacto ambiental negativo. A pesar de los esfuerzos para reducir el consumo de plástico, la persistencia de esta práctica en las tiendas D1 constituye un desafío ambiental significativo que requiere una atención inmediata. Este planteamiento busca destacar las consecuencias ambientales del uso excesivo de bolsas plásticas en estas tiendas y proponer soluciones efectivas para mitigar este problema.

1.1 Descripción del Problema

La problemática existente en el manejo y utilización de bolsas plásticas en las tiendas D1 SAS regional ATN (Antioquia norte) sector Medellín, es muy notoria debido al excesivo consumo de ellas en las tiendas, el promedio mensual de la cantidad de bolsas vendidas es de 850.000 aproximadamente, lo que genera una cantidad de 8.000.000 promedio de ventas de bolsas plásticas desde enero hasta diciembre del 2023.

Las tiendas D1 manejan un producto, las bolsas plásticas, para el uso de los clientes que tiene costos variados, argumentado su condición de recurso no renovable, este panorama solo afirma la necesidad urgente de concientizar y sensibilizar al ciudadano sobre el daño que está causando al comprar cualquier producto en un supermercado o tiendas donde innecesariamente le entregaran más bolsas que los productos que está llevando a su hogar.

Las tasas de consumo actuales de plásticos dentro de las ciudades son insostenibles, de ahí la necesidad de tomar conciencia sobre los daños y perjuicios que trae el alto consumo en

ventas de las bolsas plásticas en las tiendas D1 SAS regional ATN (Antioquia norte) sector Medellín, que hace imperiosa la necesidad de implementar estrategias que permitan la disminución de su venta y uso para empacar los productos comprados por los consumidores.

1.2 Formulación del Problema

Dada la problemática presentada, se pretende a lo largo del proyecto resolver la siguiente pregunta:

¿Qué estrategias permitirán la disminución del uso excesivo de bolsas plásticas en las tiendas D1 de la regional Antioquia norte, sector Medellín?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Proponer plan de mejora en el uso excesivo de bolsas plásticas en tiendas D1 SAS, regional Antioquia norte, sector Medellín.

2.2. Objetivos específicos

- 2.2.1. Diagnosticar el uso de la bolsa plástica en las tiendas D1 regional Antioquia norte, sector Medellín fundamentado en los datos de la compra y venta de estas.
- 2.2.2. Identificar las necesidades del consumidor en el uso de la bolsa plástica.
- 2.2.3. Definir estrategias que permitan mitigar la cantidad de bolsas plásticas vendidas en tiendas D1 sector Medellín

3. Justificación.

Los problemas ambiental producto del uso de la bolsa plástica es bastante notorio a nivel ambiental y social, y este impacto negativo ha llevado a un aumento en la conciencia del medio ambiente y a la implementación de medidas para reducir su uso. Para abordar las problemáticas de contaminación de fuentes hídricas, impacto en la vida silvestre, consumo de recursos no renovables, muchas comunidades y países han implementado medidas para reducir el uso de bolsas plásticas, algunas de estas medidas incluyen la prohibición o restricción de bolsas de un solo uso, la promoción de bolsas reutilizables y la concientización pública sobre los impactos ambientales de las bolsas plásticas.

El fomento de prácticas más sostenibles, como el uso de bolsas reutilizables, la reciclabilidad y la reducción en general del consumo de plásticos, son pasos importantes para mitigar el impacto negativo de las bolsas plásticas en el medio ambiente.

Así, el presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un plan de mejora para el uso excesivo de bolsas plásticas en tiendas D1 SAS, regional Antioquia norte, sector Medellín, mediante estrategias que permitan disminuir el uso de las bolsas plásticas, a continuación, se analizaran varios aspectos claves. El proyecto por implementar presenta beneficios es varios aspectos claves, a nivel social, educativa, económico, ambiental, sostenibilidad y organizacional

Impacto del proyecto, inicialmente se reduciría un 30% la compra de bolsas plásticas, la cantidad mensual en ventas es de 850.000, con una disminución del 30% sería de 595.000 mensuales, con una disminución de 2.9 toneladas mensuales, lo que representa una reducción significativa en la cantidad de residuos plásticos que podrían llegar al medio ambiente, con menos bolsas plásticas en circulación, se reduciría el riesgo de contaminación ambiental, especialmente en cuerpos de agua y áreas naturales.

Tabla 1 Beneficios del proyecto

Beneficios del proyecto	
Dimensión	Beneficios
Social	Concientizar a los clientes del D1 al uso de las bolsas reciclables
Educativa	Crear conciencia sobre la gran carga contaminante del plástico al ambiente
Económico	Disminución de la carga tributaria del impuesto al plástico, pues, las compras de bolsa plástica disminuirían
Ambiental	Reducción de la carga del plástico al medio ambiente, disminución de contaminación ambiental, reducción de gases de efecto invernadero, disminución de muertes de animales silvestres y marinos, reducción de la contaminación de fuentes hídricas
Sostenibilidad	Se reduciría la cantidad de bolsa plástica a producir para las tiendas D1 del sector Medellín, siendo sostenibles con el medio ambiente
Tecnológica Organizacional	Mejorar de la imagen organizacional frente al uso y producción de las bolsas plásticas

Fuente: elaboración propia

Tabla 2 Grupos beneficiados

Grupos Beneficiados	
Departamento de sostenibilidad ambiental del D1	Contribuir a un ecosistema sostenible y aplicar políticas ambientales
Departamento de mercadeo del D1	Disminución del plástico es un tema vital para la protección del medio ambiente
Área de ventas del D1	Al reducir la venta de las bolsas plásticas se garantiza un mejor control de inventario

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO II

4. Marco Referencial

4.1. Marco Conceptual:

4.1.1. BOLSAS PLÁSTICAS:

Según (BASUALDO) es un objeto cotidiano utilizado para transportar pequeñas cantidades de mercancía. Introducidas en los años 70, las bolsas de plástico rápidamente se hicieron muy populares, especialmente a través de su distribución gratuita en supermercados y otras tiendas. También son una de las formas más comunes de acondicionamiento de la basura doméstica y, a través de su decoración con los símbolos de las marcas, constituyen una forma barata de publicidad para las tiendas que las distribuyen. Las bolsas de plástico pueden estar hechas de:

- polietileno de baja densidad
- polietileno lineal,
- polietileno de alta densidad,
- polipropileno,
- polímero de plástico no biodegradable.

Su espesor puede variar entre 18 y 30 micrómetros. Anualmente, circulan en todo el mundo entre 0,5 y 1 billón de estos objetos.

4.1.2. BOLSAS OXODEGRADABLES:

Según (rendon, 2013) son bolsas compuestas por un componente biodegradable y un componente no biodegradable y potencialmente tóxico los cuales generan CO₂.

Los microorganismos metabolizan la fracción amilácea, mientras que la fracción polimérica queda sin atacar descomponiendo dichas bolsas en pequeños trozos de composición plástica (polímeros), los fragmentos de las bolsas oxo podrían contaminar más el medio ambiente, que una bolsa plástica convencional integral, para fabricar estos productos se suele agregar a ciertos plásticos aditivos que los sensibilizan de manera tal que la radiación ultravioleta proveniente del sol cataliza su degradación a fracciones cada vez menores.

4.1.3. CONCIENCIA AMBIENTAL:

Según (vidal, s.f.) La conciencia ambiental se define como “el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente, infiriendo la presencia de subjetividad en el proceso de interrelación con el entorno”. La conciencia ambiental está compuesta por las dimensiones cognitiva, activa, disposicional y afectiva que pueden fortalecerse, desarrollarse y expresarse de manera individual en relación con el ambiente.

Los diversos estudios y el panorama mundial de los estados de los ecosistemas muestran que es necesario el fortalecimiento de esta conciencia, de tal manera que el ser humano comprenda que el ambiente hace parte de su desarrollo y que es un componente de su vida del que no puede desligarse.

4.1.4. EL PLÁSTICO:

Los plásticos son sustancias formadas por macromoléculas con propiedades que se asemejan a las resinas naturales, según (clara liliana montero, 2008) desde la década de los 50's la industria del plástico ha crecido vertiginosamente y así mismo, ha ido afectando nuestras vidas

de diversos modos, es tan grande y variado el número de sus aplicaciones que desde 1976 es considerado el material más usado en el mundo hasta el punto de incluirse entre los cien eventos más importantes del siglo XX.

4.1.5. IMPACTO AMBIENTAL:

También conocido como impacto antrópico o impacto antropogénico, es la alteración o modificación que causa una acción humana sobre el medio ambiente.

Según (J.R.KARR, 2017) la humanidad, por el contrario, se han convertido en ingenieros de ecosistemas en una escala completamente nueva en el tiempo y el espacio. Los efectos humanos desde la Revolución Industrial, incluidos muchos que pueden ser invisibles para un observador casual– son recientes y están fuera de la experiencia evolutiva de la mayoría de los organismos. Además, tales efectos se desarrollan más rápidamente y en una escala mucho mayor que cualquier efecto de los ingenieros de ecosistemas del pasado. Como resultado, durante los últimos dos siglos poco más de dos vidas humanas–los seres humanos han alterado los sistemas vivos y no vivos en todas partes.

4.1.6. POLIETILENO:

El polietileno es un polímero (formados por largas cadenas moleculares - el ejemplo más típico son los plásticos) que se produce mediante la polimerización del compuesto químico llamado "etileno" (y de allí proviene su nombre, que claramente sugiere que es un polímero en base al etileno).

Según (Ronca, 2017) es el plástico más común y rentable que se utiliza en todas partes. El PE se puede procesar fácilmente y transformar en una variedad de formas y formas.

El PE tiene la capacidad de alterarse fácilmente durante el procesamiento, lo que proporciona una longitud de cadena, densidad y cristalinidad relativamente más largas, lo que permite que los productos de PE tengan propiedades personalizadas para una variedad de aplicaciones. El polietileno de alta densidad (HDPE) y el polietileno de baja densidad (LDPE) son algunos tipos de plástico PE

4.1.7. PUNTO DE VENTA:

Un punto de venta, por tanto, es el lugar físico (tienda), o virtual (ecommerce), en el que una empresa tiene un contacto con un posible consumidor. Este espacio, como decíamos, puede ser físico, es decir, puede existir físicamente, pudiendo el cliente acudir a él. O, por otro lado, puede tratarse de un espacio virtual, un portal web, donde se halla un negocio online.

Según (Fulton, 2023) el punto de Venta indica el proceso desde donde se realizan las ventas. Es una combinación de software y hardware que se concentra en la gestión empresarial. Es una solución indispensable para todos los propietarios de pequeñas empresas que necesitan una estructura operativa fluida.

4.2. Marco Contextual

Tiendas D1 es una cadena de tiendas de descuento tipo hard discount en Colombia. Fue creada por el empresario chileno Michel Olmi en 2009, seis años después vendió el negocio al Grupo Santo Domingo, actualmente cuenta con más de 2300 tiendas en Colombia distribuidas en 450 municipios de 28 departamentos. Su principal accionista es Valorem con cerca del 60% del total.

La marca D1 fue fundada en Medellín, cuando el grupo panameño Koba International Group constituyó la filial colombiana Koba Colombia S.A.S. el 25 de marzo de 2009 con seis tiendas en Antioquia, luego su sede fue trasladada al municipio vecino de Itagüí. En 2012 la sede fue llevada al departamento de Cundinamarca, Cajicá en 2012 y Tocancipá desde 2013. En el año 2014 el grupo Valorem compra el 34 % de Koba por un precio de USD 68,9 millones alcanzando una participación accionaria de 59,75 %.

En 2016, los fundadores de la marca D1 decidieron abrir su nueva tienda al público colombiano bajo la marca Mercadería Justo & Bueno y desde entonces ha librado una batalla comercial con D1. En Colombia la cadena D1 ocupa el segundo lugar en el ranking de las de mayores ingresos, con un incremento de 34,84% hasta los \$9,91 billones pesos colombianos.

Principales Hallazgos El nombre de D1 tiene dos connotaciones diferentes una es un sentido de pertenencia, se pretende que la gente sienta que en realidad ese es su lugar para comprar, es de uno, y un juego de palabras entre la D que es descuento y el número 1, el primero, el mejor, o el campeón. (Palacio, 2015) Las tiendas D1 se caracterizan por su concepto de reducción de costos los cuales se trasladan al consumidor en el descuento permanente que se ofrece en cada uno de sus productos, para lograr la reducción en costos la empresa se caracteriza por:

- Las tiendas operan en áreas entre 250 y 300 m². Una marca por producto
- El gasto en publicidad es mínimo, se maneja la voz a voz y volantes
- El gasto en exhibición es mínimo, la mercancía se ubica en estibas o cajas
- Bolsas reutilizables las cuales se venden justificado por el concepto de ahorro
- No ofrecen el servicio de parqueadero
- Solo reciben efectivo

- Los precios y presentación es la misma en todas las tiendas
- El 70% de los productos ofrecidos son marcas propias
- No cuentan con bodegas por la alta rotación de los productos
- No tiene un cliente definido, no está estratificada
- Descuentos permanentes de hasta el 30% en comparación con otras tiendas

4.3.Marco Legal

En 2016 el Gobierno Nacional expidió la Ley 668 del 28 de abril, la cual reglamenta el uso racional de las bolsas plásticas. La medida empezó a ser aplicada a partir de 2017 y desde entonces se han visto avances en la reducción del consumo en supermercados y establecimientos de régimen común. (bogota, 2016)

La Ley 1819 de 2016 en sus artículos 207 y 208 y el Decreto Reglamentario 2198 de 2017 reguló en su integridad el Impuesto Nacional al Consumo de Bolsas Plásticas. Este Impuesto se convirtió en una medida impositiva de carácter fiscal, que, ha logrado cambiar el hábito de consumo de plástico en los colombianos y particularmente el de las bolsas plásticas. Hoy se ha reducido la producción de bolsas plásticas en un 30% lo que ha generado un menor consumo de energía, un menor uso del petróleo y por ende una menor contaminación ambiental, además de la protección de especies marinas que mueren minuto a minuto enredados en estos elementos. (Guevara Muñoz, 2019)

La Ley 1819 estableció que para el año 2017 se pagara \$20 por cada bolsa plástica. El valor se incrementó en \$10 por cada año hasta el año 2020, en el cual se pagó \$50 por cada bolsa plástica. (publicos, s.f.)

Al mirar el comportamiento del impuesto por regiones, Medellín es la ciudad que más paga por el uso de bolsas plásticas, pues en 2017 el recaudo fue de \$2.777 millones, en 2018 llegó a \$6.917 millones, en el 2019 ascendió a \$8.588 millones y en 2020 se ubicó en \$9.488

4.4. Marco Teórico

La reducción del uso excesivo de bolsas plásticas es fundamental para abordar el grave problema de contaminación ambiental que enfrentamos actualmente. Como señala (Rukikaire, 2021) la disminución drástica del plástico innecesario, evitable y problemático es esencial para enfrentar la crisis global de contaminación, dada la persistencia de la contaminación por plásticos en diversos ecosistemas durante períodos mucho más prolongados que su tiempo de utilidad como producto, por lo tanto los impactos ambientales adversos de las bolsas de plástico, incluidos los costos de energía de producción, la vida útil limitada, el aumento del contenido en vertederos y la incapacidad de biodegradarse, proporcionan evidencia simbólica y práctica de una cultura de consumo "desechable" que actúa como una barrera importante para el consumo sostenible en particular y el desarrollo sostenible, desvincular el comportamiento del consumidor del uso de bolsas de plástico es un desafío importante en la búsqueda del consumo sostenible como precursor del logro del desarrollo sostenible. (Elaine Ritch, 2010)

Los supermercados desempeñan un papel crucial en esta cadena de valor, siendo espacios donde los productores se encuentran con los consumidores y donde se pueden promover transformaciones significativas en la comprensión del impacto del uso desmedido de plásticos innecesarios. Por lo tanto, es imperativo que estos establecimientos asuman la responsabilidad y tomen medidas concretas y cuantificables para reducir drásticamente el uso de plásticos de un solo uso dentro de sus operaciones (ANDES, 2019), según el estudio de (smith, 2021) sobre

estrategias corporativas destaca cómo estas medidas no solo reducen el impacto ambiental, sino que también generan una imagen positiva de la empresa y fomentan la lealtad del cliente.

Por otro lado, la creciente conciencia de los consumidores sobre las externalidades ambientales y sociales de las cadenas de suministro de alimentos ha generado la apertura de tiendas de comestibles que renuncian al uso de bolsas de plástico desechables para toda su gama de productos. (Beitzen-Heineke, 2017)

A nivel internacional, la cadena de supermercados ALDI, es un ejemplo claro de la eliminación de bolsas plásticas en sus puntos de venta en sus más de 2,300 tiendas, la eliminación de las bolsas de plástico y la transición a sistemas de refrigeración respetuosos con el medio ambiente no sólo ayudan a proteger el medio ambiente, sino que también contribuyen a reducir costos que luego se trasladan a los clientes. (santo, 2024)

la compañía de retail wallmart ha implementado la estrategia “Sin bolsas por favor” desde el 2019, y para el 2021 eliminó por completo el uso de bolsas plásticas de un solo uso en sus diferentes formatos de tiendas: Walmart Supercenter, Supermercados (Paiz, Despensa de Don Juan, La Unión y Masxmenos), Bodegas (Maxi Despensa y Maxi Palí) y Descuentos (Despensa Familiar y Palí), eliminar las bolsas plásticas de un solo uso forma parte de la estrategia global de sostenibilidad de la compañía, que contempla el reciclaje y reutilización de diversos materiales para evitar la contaminación ambiental. (summa, 2024).

Whole Foods Market, una cadena de supermercados conocida por su enfoque en productos orgánicos y sostenibles ha implementado diversas estrategias para reducir el uso de bolsas plásticas en sus tiendas.

Una de las iniciativas más destacadas es su programa de incentivos para clientes que traen sus propias bolsas reutilizables. En algunas ubicaciones, los clientes reciben un descuento en su compra por cada bolsa reutilizable que utilizan en lugar de una bolsa plástica desechable. Este enfoque no solo reduce la cantidad de bolsas plásticas utilizadas, sino que también motiva a los clientes a adoptar hábitos más sostenibles, además, Whole Foods Market ha lanzado campañas de concienciación sobre los impactos ambientales de las bolsas plásticas y la importancia de reducir su uso. Estas campañas educativas ayudan a informar a los consumidores sobre alternativas más sostenibles, como bolsas reutilizables, bolsas de tela y contenedores reutilizables, y fomentan cambios positivos en el comportamiento de compra. (alvarez)

Se destaca un caso notorio de éxito a nivel internacional sobre la prohibición del uso de bolsas plásticas, después de un intento de 14 años, Kenia adoptó con éxito una prohibición de las bolsas de plástico en agosto de 2017, los resultados indican que la prohibición cuenta con un apoyo favorable de alrededor del 67% de los consumidores. Las percepciones sobre la limpieza y la gestión de residuos fueron diferentes entre los sectores urbanos y rurales. Esto puso de relieve las diferencias en la creación de conciencia y la aplicación de la prohibición. Desde el punto de vista del comportamiento, la propiedad de bolsas reutilizables se triplicó a 12 bolsas por hogar. Las bolsas de plástico reutilizables fueron las que más se poseían y las que más se desechaban en 6 meses. Omondi, Isaac & Asari, Misuzu. (2021).

En Australia las prohibiciones de bolsas de plástico, durante el período entre 2011 y 2018, redujo el consumo de bolsas de polietileno convencionales de un solo uso en aproximadamente 2600 toneladas. Sin embargo, estas reducciones fueron compensadas en gran medida por aumentos en el consumo de otros sacos. El efecto neto de la prohibición del consumo de plástico durante el período fue relativamente menor; una reducción de 275 t. A pesar de ello,

la prohibición cuenta con un amplio apoyo. Cuando se introdujo por primera vez, el 58 % de la comunidad apoyó la prohibición. En 2018, esta cifra había aumentado al 68 %. (Andrew Macintosh, 2020). En China, el gobierno también hace grandes esfuerzos para contrastar los efectos negativos del uso de bolsas de plástico mediante la emisión de diferentes leyes y políticas., reduciendo estas en un 44%. Sin embargo, el uso total de bolsas de plástico aumenta, en lugar de disminuir, debido al uso excesivo de bolsas de plástico interiores gratuitas que se utilizan como alternativas a las bolsas de plástico. Los consumidores mayores y jóvenes de mediana edad se ven afectados desproporcionadamente por la política de precios y se comportan de manera significativamente diferente en el uso de bolsas de plástico. (Wang, Bairong & Li, Yong. (2021).

En la actualidad existen formatos del sector retail que han implementado diferentes estrategias en la disminución del uso de bolsas plásticas, según (gusca, 2023), la cadena de supermercados Carulla dijo adiós a las bolsas plásticas en sus puntos de pago y canales digitales, permitiendo una disminución de aproximadamente 50 toneladas de plástico anuales.

según explica la marca, los clientes que lleven bolsas reutilizables para sus compras recibirán Puntos Colombia como reconocimiento por cuidar el planeta, estas acciones se suman a los diferentes pasos que ha dado la marca en materia de sostenibilidad como, por ejemplo, ser el primer 'retail' carbono neutro en Latinoamérica.

Por otro lado, la cadena de retail Macko decide eliminar el uso de las bolsas plásticas y apuesta alternativas como bolsas de caña de azúcar, según (Rodríguez D. P., 2023) en 2021 la compañía decidió desincentivar el uso de bolsas plásticas en los puntos de pago de todas sus tiendas físicas y virtuales, apostando a la venta exclusiva de bolsas reutilizables y al reúso de cajas de cartón como ha sucedido desde que Makro inició operaciones en Colombia, esto

significó una reducción del 98,9% respecto al año 2015, equivalente a 19,9 toneladas de plástico de un solo uso que fueron evitadas. El mismo peso que se requiere para producir cerca de 760.000 botellas plásticas de 1 litro.

El grupo éxito ha reducido en un 75% la entrega de bolsas plásticas en los puestos de pago en relación con la línea base del 2015, implementaron desde el 2021 dos veces a la semana el día del uso racional de la bolsa plástica, en el que se evita la entrega de bolsa plástica en cajas, invitando a los clientes a que usen las bolsas reutilizables, así como las de papel en Carulla. En el 2022, redujeron en un 40% la entrega de bolsas plásticas estos días con respecto al año anterior. (exito, 2023)

El D1 en la actualidad ha dispuesto diferentes alternativas que permitan reducir su impacto ambiental generado por el consumo de bolsas plásticas de único uso, comprometido con incentivar y fomentar la producción y consumo sostenible se han implementado alternativas como el tradicional sistema de cajas dispuesto en la zona de empaque y las diferentes bolsas reutilizables. Resaltando como producto icónico la bolsa ecológica reutilizable, elaborada 100% en material recuperado de las cuales se obtuvo una venta de 10,973,750, recuperando 94 Ton de plástico. (D1, 2022)

La concientización pública juega un papel crucial en la reducción del uso de bolsas plásticas al promover un cambio de comportamiento en los consumidores. Las campañas de sensibilización pueden utilizar diversos medios, como publicidad, redes sociales, eventos comunitarios y educación ambiental en escuelas y universidades. Estas campañas informan sobre los impactos ambientales negativos de las bolsas plásticas y promueven el uso de alternativas sostenibles. (Rodríguez E. , 2016) destaca cómo las campañas bien diseñadas pueden generar un aumento en la adopción de bolsas reutilizables y una disminución en el consumo de bolsas

plásticas de un solo uso, por otro lado, es de importancia considerar las diferentes estrategias educativas que informen a los consumidores sobre los efectos nocivos de las bolsas plásticas y promuevan alternativas sostenibles pueden influir en sus decisiones de compra. (Bocken, 2016)

Señala que al aumentar la comprensión de los impactos ambientales negativos asociados con las bolsas plásticas de un solo uso y promover alternativas más sostenibles, se pueden influir en las decisiones de compra de los consumidores

CAPÍTULO III

5. Diseño Metodológico

Como punto de partida se realiza un análisis de la compra y venta de las bolsas plásticas en D1 SAS en la regional Antioquia Norte, sector Medellín, información suministrada por el área comercial de la compañía, a través de la cual se busca identificar el problema, las soluciones y las actividades a desarrollar para alcanzar los objetivos planteados inicialmente. Se procede con la revisión de las normas vigentes a nivel nacional e internacional en lo que tiene relación con la reglamentación del uso de bolsas plásticas.

Dentro la ejecución del trabajo para el primer objetivo se realiza un diagnóstico general del uso de la bolsa plástica en las tiendas D1, recopilando datos de venta, realizando encuestas a los clientes y a gerente de ventas, investigando y evaluando alternativas sostenibles a las bolsas plásticas de un solo uso, durante el objetivo dos del trabajo se procede a identificar que tanta es la necesidad de los clientes en el uso de las bolsas plásticas y su percepción a la hora de realizar las compras en el punto de venta, dichos datos son obtenidos mediante la encuesta realizada a 154 usuarios y cuyos resultados se contemplan en el apartado de resultados y discusiones.

Finalmente en el objetivo tres se propone diferentes estrategias para mitigar las bolsas plásticas de un solo uso en las tiendas D1, fundamentado en promover bolsas reutilizables, educación ambiental a los clientes, incentivos, monitoreo y seguimiento en la reducción de las bolsas.

5.1. Línea de investigación institucional (Programa académico)

La línea de investigación del trabajo consiste en las innovaciones sociales y productivas

5.2. Eje temático

El eje temático del proyecto se basa en la planificación del desarrollo social y la sostenibilidad

5.3. Enfoque de investigación y paradigma investigativo (cualitativo, cuantitativo)

Este proyecto tendrá una investigación de evaluativa o diagnóstica e investigación para la acción y la toma de decisiones, permitiendo así generar conocimientos prácticos y aplicables que puedan influir directamente en la toma de decisiones para solucionar la problemática presente de las bolsas plásticas en el D1, adicional el proyecto posee un enfoque mixto debido a que agrupa los dos conceptos tanto cuantitativo como cualitativo, a nivel cualitativo se va conocer la percepción del cliente a la hora de realizar su mercado y este deba llevar la bolsa plástica como estrategia de mitigación del uso del plástico y por otro lado tendremos los datos a nivel cuantitativo de la disminución de la compra y venta de las bolsas plásticas en las tiendas D1 de Medellín.

5.4. Diseño

Investigación no experimental donde los apéndices se centran en la observación de fenómenos en su ambiente natural, basados en datos para la implementación de las estrategias que permitan la disminución del uso excesivo de bolsas plásticas en las Tiendas D1 SAS Regional Antioquia norte, sector Medellín.

Es decir, el plan propuesto pretende destacar si dichas estrategias convienen o no en la venta general de la tienda, se debe tener en cuenta que es un contexto con intervención, manipulación de datos o variables por parte de los investigadores.

5.4.1. Alcance (exploratorio, descriptivo, correlacional, explicativo)

Es una investigación de carácter descriptivo puesto que permite analizar más detalladamente la situación actual en las tiendas D1 en cuanto al uso de bolsas plásticas. Esto

podría incluir la recopilación de datos sobre la cantidad de bolsas plásticas utilizadas por día o por cliente, los tipos de productos que más comúnmente se embolsan en bolsas plásticas, y otros factores relevantes. Este enfoque ayudaría a proporcionar una imagen clara y detallada de la situación actual.

5.4.1.1. Población

La población estudiada fue conformada por porcentaje de habitantes que son clientes de las Tiendas D1 en la ciudad de Medellín. Para el análisis del comportamiento frente a la estrategia visual en el momento de la compra, y teniendo en cuenta que la población a analizar la conforma un porcentaje de los posibles usuarios de las Tiendas D1 de la Regional Antioquia Norte, sector Medellín, se utiliza un muestreo no probabilístico del comportamiento de usuarios de las tiendas Floresta y Medellín la 65 en los días 15,29 del mes de marzo en el horario: 9:00 a. m. -11 a. m, estos días son claves pues aumenta la venta considerable en las quincenas

5.4.1.1. Tamaño de muestra

Se emplea un muestreo no probabilístico que implica analizar los comportamientos de usuarios de la tienda Floresta y Medellín la 65 con mayor afluencia de público en los días 15, 29 del mes de marzo horario: 9:00 a. m. -11 a. m, estos horarios son claves pues aumenta la cantidad de ítems por ticket de venta, buscando entender mejor la variabilidad en los patrones de compra de los usuarios durante estos períodos específicos. Esto puede proporcionar información valiosa sobre las preferencias de compra, los hábitos de consumo y que tanta cantidad de bolsas plásticas adquieren los clientes. Al focalizarse en estos momentos específicos, se busca identificar patrones de compra que puedan estar relacionados con la quincena del mes. Por ejemplo, es posible que los usuarios compren una mayor cantidad de productos durante estos días, ya sea por

motivos relacionados con la disponibilidad de ingresos o con la planificación de compras periódicas.

5.4.1.2. Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

Para este proyecto se emplea metodologías basados en los instrumentos de recolección de información en cuestionarios a usuarios con preguntas cerradas, adicional de la implementación de entrevista a gerente de ventas de la regional Antioquia norte quien aporta formación valiosa para construcción del proyecto

5.4.1.3. Análisis y tratamiento de datos.

Los resultados de la encuesta realizada a los usuarios de las tiendas D1 fueron graficados y cuyos resultados son explicados en el apartado de resultado y discusiones, la entrevista a la gerente de venta se evidencia sus respectivas respuestas en los anexos a final del trabajo.

5.4.1.4. Plan de acción del proyecto (Ver ejemplo)

A continuación, se describen de manera detallada las tareas específicas que deben llevarse a cabo dentro del proyecto. En la siguiente información se encuentra una guía paso a paso sobre qué, cómo, cuándo y quién llevará a cabo las acciones necesarias para lograr un resultado deseado.

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	FUENTES	TÉCNICAS	RESULTADOS
-----------	-------------	---------	----------	------------

<p>Diagnosticar el uso de la bolsa plástica en las tiendas D1 regional Antioquia norte, sector Medellín fundamentado en los datos de la compra y venta de estas.</p>	<p>Análisis de datos de compra y venta de bolsas</p>	<p>Base de datos SAP ERP</p>	<p>Revisión documental</p>	<p>Se puede obtener una visión clara de la cantidad de bolsas plásticas que se utilizan en las tiendas D1 en la región, realizar un análisis de costos para determinar cuánto dinero se gasta en la compra de bolsas plásticas y cuánto se podría ahorrar al reducir su uso</p>
<p>Identificar las necesidades del consumidor en el uso de la bolsa plástica.</p>	<p>Observar el comportamiento de los clientes en el punto de venta, prestando atención a si rechazan o aceptan bolsas plásticas, cómo las utilizan y si muestran interés en alternativas más sostenibles.</p>	<p>Las personas a través de encuestas digitales</p>	<p>Encuestas</p>	<p>Identificar el nivel de conciencia ambiental de los consumidores en relación con el uso de bolsas plásticas, descubrir si los clientes están dispuestos a cambiar sus hábitos de consumo para reducir el impacto ambiental.</p>
<p>Definir estrategias que permitan mitigar la cantidad de bolsas plásticas vendidas en tiendas D1 sector Medellín.</p>	<p>Proporcionar información educativa directamente en las tiendas, Implementar campañas educativas para concientizar a los clientes sobre los impactos ambientales negativos de las bolsas plásticas, realizar conversatorio con los directivos del D1, regional Antioquia norte</p>	<p>Datos internos de la empresa, gerentes de ventas, administrativos, director regional</p>	<p>Entrevista a profundidad</p>	<p>Un resultado directo sería una disminución en la cantidad de bolsas plásticas vendidas en las tiendas D1. Esto indicaría el éxito de las estrategias implementadas, Si se implementan estrategias para reducir o eliminar gradualmente las bolsas plásticas, podrías observar ahorros en costos asociados con la compra y gestión de bolsas.</p>

CAPÍTULO IV

6. Resultados y Discusiones

6.1 Objetivo 1

Diagnosticar el uso de la bolsa plástica en las tiendas D1 regional Antioquia norte, sector Medellín fundamentado en los datos de la compra y venta de estas.

6.1.1. Resultados

La compañía D1 SAS es una de las principales retail a nivel país, con más de 2600 punto de venta en Colombia, cabe destacar que el uso de las bolsas plásticas es de gran uso, puntualmente producto de su crecimiento exponencial en ventas y expansión de locales a nivel país.

A nivel país el D1 se conforma por varias regionales, entre ellas la principal es Antioquia Norte, conformada por 225 tiendas en la actualidad en las cuales se produce un margen de venta elevado de productos y entre ellos destaca las bolsas genéricas producidas por dos proveedores, Luvoplast y plasmar.

Figura 1 Diseño bolsas plásticas



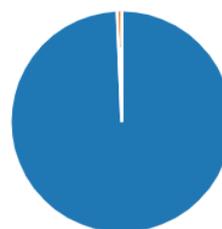
Fuente: D1 SAS

Las compras de estas bolsas plásticas son efectuadas por el área comercial, principalmente por el subgerente de abastecimientos regional, la compra de estas bolsas mensualmente en las tiendas de Medellín oscila entre 850.000 y 100.000 bolsas, dando como resultado una compra de 3,5 toneladas de plástico mensual, una cantidad considerable de plástico para el medio ambiente.

Figura 2 Bolsas plásticas

1. 1. Sabe que las bolsas plásticas generan un impacto nocivo en el medio ambiente?

[Más detalles](#)



Fuente: elaboración propia

los resultados de la encuesta realizada, se evidencia claramente que existe una creciente conciencia entre los clientes de D1 acerca del impacto negativo que las bolsas plásticas generan en el medio ambiente. Este diagnóstico revela una comprensión profunda por parte de los consumidores sobre la urgente necesidad de abordar el problema de la contaminación plástica.

La mayoría de los encuestados han reconocido que el uso desmedido de bolsas plásticas contribuye significativamente a la contaminación ambiental, afectando gravemente los

ecosistemas terrestres y acuáticos. Esta percepción refleja un cambio cultural en la mentalidad de los consumidores, quienes están adoptando una postura más responsable y sostenible hacia el medio ambiente.

6.2 Objetivo 2

Identificar las necesidades del consumidor en el uso de la bolsa plástica.

6.2.1. Resultados

El uso del plástico ha tomado tanta importancia porque, en la actualidad, sus múltiples propiedades lo hacen ideal para una gran variedad de aplicaciones. Además, posee una serie de características difíciles de encontrar en otros materiales con la misma eficacia.

Las bolsas plásticas son unos de los materiales más versátiles y eficientes en uso, de los recursos disponibles para la sociedad, para el consumidor se le hace más fácil el uso de las bolsas plásticas al momento de hacer las compras. Tienen la ventaja que pueden ser reutilizadas y recicladas.

En las Tiendas D1, regional Antioquia, se cobra un valor por cada bolsa que usa el comprador al empaclar sus productos, lo que genera conciencia en el consumidor al usarlas para suplir una de sus necesidades en las Tiendas D1, empaclar los productos comprados.

Las personas o clientes habituales de las tiendas D1 Regional Medellín por lo general están habituadas a un estilo de vida que les genere comodidad, de ahí la necesidad de usar las bolsas plásticas para empaclar los productos adquiridos en la compra.

Figura 3 Adquirir productos

2. 1. **Utiliza bolsas plásticas al adquirir productos en las Tiendas D1**

[Más detalles](#)

 Información



Fuente: elaboración propia

La gráfica anterior proporciona una perspectiva clara del comportamiento de los usuarios con respecto al uso de bolsas plásticas en el D1. De las 154 personas encuestadas, se observa que 90 de ellas expresaron una necesidad imperiosa de adquirir bolsas plásticas, mientras que 64 personas optaron por alternativas más ecológicas y amigables con el medio ambiente. Este

contraste revela una marcada preferencia hacia las bolsas plásticas como solución de embalaje entre los clientes del D1.

Este hallazgo refleja una realidad común en muchos entornos retail, donde la conveniencia y la accesibilidad suelen primar sobre consideraciones ambientales más amplias. A pesar del creciente nivel de conciencia ambiental entre los consumidores, la necesidad práctica y cotidiana de las bolsas plásticas aún prevalece en gran medida.

6.3 Objetivo 3

Definir estrategias que permitan mitigar la cantidad de bolsas plásticas vendidas en tiendas D1 sector Medellín.

6.1.3 Resultados

Según Lambin: “Lo que el comprador busca no es el producto como tal, sino el servicio, o la solución a un problema, que el producto es susceptible de ofrecerle; este servicio puede ser obtenido por diferentes tecnologías, las cuales están a su vez en constante cambio”

Un aspecto para mitigar la cantidad de bolsas vendidas en las tiendas D1 sector Medellín, es brindar información educativa directamente en las tiendas a fin de implementar un método que permita concientizar a la población consumidora de la necesidad de bajar el consumo de bolsas plásticas, por diversos factores como el daño que causan los desechos plásticos en el impacto ambiental,

Otro recurso que puede ayudar a el exceso de consumo de bolsas plásticas en las compras de las tiendas D1 seccional Medellín es realizar el día sin bolsa plástica en las tiendas, se realiza

la campaña de información a los clientes que el día viernes las tiendas no tendrán disponibilidad de bolsas para empacar las compras, el comprador tiene que hacer uso de sus recursos para llevar los productos.

Por otro lado, se establecen las siguientes estrategias para mitigar la cantidad de bolsas plásticas en las tiendas D1 SAS:

Promover el uso de bolsas reutilizables: promocionar e incentivar de manera más constante la compra de la bolsa reutilizable que se vende en las tiendas D1, siendo promocionadas a través de campañas publicitarias en el interior del punto de venta y en los medios de comunicación locales, adicional de generar perifoneo en las zonas cercanas a las tiendas cuyo fin sea dejar de usar las bolsas plásticas y aumentar la compra de las siguientes bolsas:

Figura 4 Bolsas reutilizables



Fuente: D1 SAS

Ofrecer incentivos a los clientes: Las tiendas D1 pueden implementar programas de recompensas o descuentos para los clientes que traigan sus propias bolsas reutilizables. Por ejemplo, podrían ofrecer un descuento en la compra total o acumular puntos de fidelidad que los clientes pueden canjear por productos o servicios.

Colocar carteles informativos: Los puntos de venta se pueden instalar carteles informativos en áreas clave, como las cajas registradoras y las entradas, para educar a los clientes sobre los impactos ambientales del uso de bolsas plásticas y destacar la importancia de reducir su consumo. Estos carteles pueden incluir datos sobre la contaminación plástica, consejos para reducir el uso de bolsas y recordatorios sobre la disponibilidad de bolsas reutilizables en la tienda.

Figura 5 Afiche informativo



Fuente: D1 SAS

Capacitar al personal: Los colaboradores de las tiendas pueden desempeñar un papel clave en la promoción de prácticas sostenibles entre los clientes, proporcionar capacitación regular al personal sobre los beneficios ambientales de reducir el uso de bolsas plásticas y cómo ofrecer alternativas reutilizables a los clientes de manera efectiva. Además, el personal puede estar equipado con conocimientos sobre los programas de incentivos y los procedimientos de reciclaje para poder responder a las preguntas de los clientes y brindarles apoyo en sus esfuerzos por reducir el consumo de bolsas plásticas.

Implementar campañas de concienciación y educación pública: sobre los efectos negativos del uso de bolsas plásticas en los supermercados puede tener un gran impacto debido a la gran cantidad de personas que visitan estos establecimientos regularmente. Aquí hay algunas formas de ampliar esta estrategia específicamente en los supermercados

Pantallas digitales y anuncios en la tienda: Utilizar pantallas digitales y sistemas de megafonía en el interior del supermercado para transmitir mensajes educativos sobre la problemática de las bolsas plásticas. Esto puede incluir videos cortos, mensajes de audio y animaciones que destaquen los impactos ambientales y promuevan alternativas sostenibles.

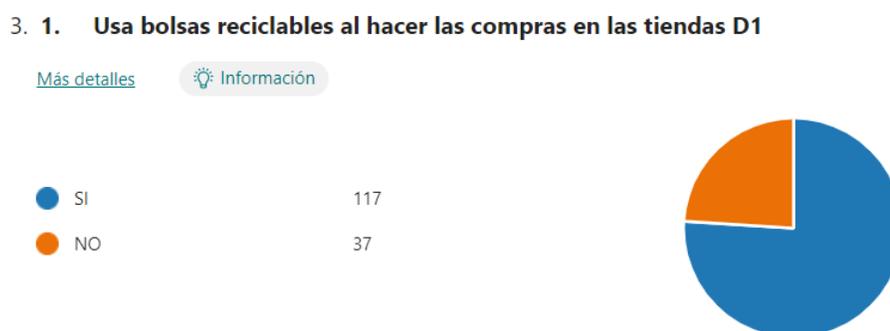
Muestras y demostraciones en vivo: Organizar muestras y demostraciones en vivo en el supermercado para mostrar a los clientes cómo pueden reducir el uso de bolsas plásticas. Por ejemplo, se pueden ofrecer demostraciones de cómo empacar productos utilizando bolsas reutilizables o cómo utilizar envases alternativos, como recipientes de vidrio o tela.

Eventos de educación ambiental: Programar eventos especiales de educación ambiental en el supermercado, como charlas informativas, talleres prácticos y actividades interactivas para niños y adultos. Estos eventos pueden ser dirigidos por expertos en medio ambiente, activistas

locales o representantes de organizaciones sin fines de lucro que trabajen en temas relacionados con la conservación y la sostenibilidad.

Promociones y descuentos vinculados a la concienciación ambiental: Asociar promociones y descuentos en productos con mensajes sobre la importancia de reducir el uso de bolsas plásticas. Por ejemplo, los supermercados pueden ofrecer descuentos en la compra de bolsas reutilizables o en productos que no requieran bolsas plásticas, como productos a granel o frutas.

Figura 6 Bolsas reciclables al hacer compras



Fuente: elaboración propia

La gráfica anterior proporciona una visión reveladora del comportamiento de los clientes del D1 en relación con el uso de bolsas plásticas. De las 154 personas encuestadas, 117 de ellas han optado por bolsas plásticas reciclables al realizar sus compras en el D1, mientras que 37 personas han expresado una preferencia por comprar bolsas plásticas.

Este hallazgo sugiere una tendencia positiva hacia la adopción de prácticas más sostenibles por parte de la mayoría de los clientes del D1. El hecho de que una abrumadora mayoría elija bolsas plásticas reciclables indica una creciente conciencia ambiental entre los consumidores. Estos

clientes están demostrando un compromiso activo con la reducción de residuos y la promoción de la reutilización de materiales, lo cual es alentador desde una perspectiva de conservación del medio ambiente.

Figura 7 Bolsas plásticas en casa



Fuente: elaboración propia

la gráfica proporciona un panorama alentador en cuanto al manejo de las bolsas plásticas por parte de los consumidores una vez que estas llegan a sus hogares. De las 154 personas encuestadas, se observa que 146 de ellas optan por reutilizar las bolsas plásticas, mientras que solo 8 personas las descartan directamente a la basura.

Este resultado refleja una actitud positiva hacia la reutilización y el aprovechamiento de recursos entre la mayoría de los encuestados. La reutilización de bolsas plásticas es una práctica que contribuye significativamente a la reducción de residuos y al alargamiento del ciclo de vida de estos materiales. Además, esta elección demuestra una conciencia ambiental entre los

consumidores, quienes reconocen el valor de dar múltiples usos a un producto antes de desecharlo.

Plan de Mejora Tiendas D1 Medellín

Tabla 3 Plan de mejora Tiendas D1

Propuesta	Estrategia	Justificación
Promover el uso de bolsas reutilizables	Diseñar una campaña de comunicación que eduque a los clientes sobre los beneficios ambientales del uso de bolsas reutilizables y promueva su adopción. Esto puede incluir la distribución gratuita o a bajo costo de bolsas reutilizables en las tiendas D1, la colocación de carteles informativos en los establecimientos y la promoción de la iniciativa a través de redes sociales y otros canales de comunicación.	Promover el uso de bolsas reutilizables es una forma efectiva de reducir el impacto ambiental de las operaciones de las tiendas D1 en Medellín. Al disminuir el consumo de bolsas plásticas de un solo uso, se contribuye a la reducción de residuos sólidos y se fomenta un comportamiento más sostenible entre los clientes. Además, esta iniciativa puede mejorar la imagen corporativa de la empresa y demostrar su compromiso con la responsabilidad ambiental.
Ofrecer incentivos a los clientes	Diseñar un programa de fidelización que ofrezca incentivos y recompensas a los clientes por sus compras frecuentes y su lealtad a las tiendas D1 en Medellín. Esto podría incluir descuentos exclusivos, cupones de regalo, puntos acumulativos canjeables por productos, promociones especiales y acceso prioritario a ofertas limitadas.	Ofrecer incentivos a los clientes no solo fomenta la lealtad hacia la marca, sino que también puede aumentar la frecuencia de compra y el valor promedio de cada transacción. Además, al premiar a los clientes por su preferencia, se fortalece la relación entre la empresa y su base de consumidores, lo que puede generar recomendaciones boca a boca y una mejor percepción de la marca en el mercado.
Implementación de un programa integral de capacitación para el	Desarrollar un plan de capacitación que abarque temas relevantes para el desempeño eficaz de las	La capacitación del personal es fundamental para garantizar la calidad del servicio ofrecido en las

<p>personal de las tiendas D1 en Medellín.</p>	<p>funciones de los empleados, como servicio al cliente, manejo de inventario, técnicas de ventas, seguridad en el trabajo y normativas sanitarias. La capacitación puede realizarse a través de sesiones presenciales, cursos en línea, material didáctico y prácticas en el lugar de trabajo.</p>	<p>tiendas D1 y para mejorar la eficiencia operativa. Un equipo bien capacitado estará mejor preparado para satisfacer las necesidades de los clientes, manejar situaciones difíciles y contribuir al éxito general del negocio. Además, la capacitación puede aumentar la motivación y la satisfacción laboral de los empleados, lo que a su vez puede reducir la rotación de personal y los costos asociados con la contratación y el entrenamiento de nuevos empleados.</p>
<p>Colocación de carteles informativos en las tiendas D1 de Medellín.</p>	<p>Diseñar y ubicar estratégicamente carteles informativos en áreas de alto tráfico dentro de las tiendas D1. Estos carteles pueden incluir información relevante para los clientes, como promociones especiales, horarios de atención, medidas de seguridad, políticas de devolución, beneficios de la membresía (si aplica) y consejos para una compra responsable.</p>	<p>os carteles informativos son una herramienta efectiva para comunicar mensajes importantes a los clientes de manera clara y concisa. Ayudan a mejorar la experiencia del cliente al proporcionarles información útil y relevante mientras realizan sus compras. Además, los carteles pueden contribuir a la promoción de ofertas especiales y programas de fidelización, lo que puede aumentar las ventas y la participación de los clientes.</p>

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO V

7. Conclusiones y/o recomendaciones

En el diagnóstico del uso de bolsas plásticas en las tiendas D1 en la región de Antioquia norte, sector Medellín, basado en datos de compra y venta, proporciona información valiosa para comprender las tendencias de consumo y tomar medidas para promover prácticas más sostenibles. Ya sea fomentando la adopción de bolsas reutilizables o educando a los clientes sobre los impactos ambientales de las bolsas plásticas de un solo uso, es crucial trabajar hacia un futuro donde el uso excesivo de plástico sea reducido y se promueva un consumo más responsable.

Al analizar estas necesidades del consumidor, se concluye que existe una diversidad de factores que influyen en el uso de bolsas plásticas en D1 SAS. Si bien la conveniencia y el costo pueden ser consideraciones importantes para muchos consumidores, también hay una creciente conciencia sobre el impacto ambiental de estas bolsas. Por lo tanto, promover alternativas sostenibles y educar a los consumidores sobre los beneficios de reducir el uso de bolsas plásticas puede ser clave para satisfacer las necesidades del consumidor y avanzar hacia un modelo de consumo más responsable y sostenible.

Mitigar la cantidad de bolsas plásticas vendidas en las tiendas D1 en el sector de Medellín requiere un enfoque holístico que combine medidas regulatorias, incentivos para clientes, promoción de alternativas sostenibles y educación ambiental. Al trabajar en conjunto, estrategias expuestas en el trabajo pueden generar un cambio significativo hacia un modelo de consumo más responsable y respetuoso con el medio ambiente, significativamente a la reducción

del consumo de bolsas plásticas y promover prácticas de embalaje más sostenibles entre sus clientes. Además, estas acciones no solo tienen un impacto positivo en el medio ambiente, sino que también pueden mejorar la reputación de la empresa y fortalecer su relación con la comunidad local.

En cuanto a las recomendaciones, se sugiere encarecidamente a los directores regionales y gerentes de ventas de la compañía no solo la implementación de campañas de sensibilización, sino también una verdadera estrategia integral para abordar el uso excesivo de bolsas plásticas en los puntos de venta de la región de Antioquia norte, en particular en el sector de Medellín. Estas campañas de sensibilización pueden adoptar diversas formas, desde la colocación de carteles informativos hasta la realización de eventos comunitarios donde se destaque la importancia de reducir el consumo de plástico.

Además, es fundamental que estas campañas no se limiten únicamente a informar sobre el problema ambiental que representan las bolsas plásticas, sino que también eduquen a los clientes sobre las alternativas disponibles y los beneficios de su adopción. Las cajas de cartón, por ejemplo, son una excelente alternativa para transportar productos y pueden ser reutilizadas o recicladas fácilmente. Asimismo, las bolsas reutilizables, fabricadas con materiales duraderos como tela o incluso plástico reciclado, representan una opción práctica y sostenible que puede reducir significativamente el desperdicio de plástico de un solo uso.

Además, es importante destacar la introducción de bolsas de papel como una nueva opción a impulsar en los puntos de venta. A diferencia de las bolsas plásticas, las bolsas de papel son biodegradables y compostables, lo que las convierte en una alternativa más ecológica y amigable con el medio ambiente. Al promover activamente el uso de bolsas de papel, la empresa

no solo estaría reduciendo su huella de plástico, sino también fomentando la adopción de prácticas más responsables entre sus clientes.

En resumen, las campañas de sensibilización deben ir acompañadas de una oferta clara de alternativas sostenibles y prácticas para el transporte de productos, como cajas de cartón, bolsas reutilizables y bolsas de papel. Al educar a los clientes sobre el impacto ambiental de las bolsas plásticas y proporcionarles opciones viables y convenientes, la empresa puede contribuir significativamente a la reducción del uso excesivo de plástico en la región de Antioquia norte, promoviendo así un futuro más sostenible para la comunidad de Medellín y sus alrededores.

Referencias

- Acosta, A., De Martinis , V., & De Abreu, R. (s.f.). Recuperado el septiembre de 2021, de <https://sites.google.com/site/impactodelastecnologias1/debilidad>
- adriana milena bolivar, m. d. (2019). *Evaluacion de una estrategia de sensibilizacion para desestimular el uso de bolsas plasticas* . santander: universidad de investigacion y desarrollo.
- alvarez, l. a. (s.f.). <https://repositorio.comillas.edu/>. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/>: <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4273/1/TFG001161.pdf>
- ambiente, m. d. (abril de 2016). <https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/2266-reembolsale-al-planeta-por-el-uso-responsable-de-las-bolsas>. Obtenido de <https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/2266-reembolsale-al-planeta-por-el-uso-responsable-de-las-bolsas>.
- ANDES, U. D. (2019). *SITUACION ACTUAL DE LOS PLASTICOS EN COLOMBIA Y SU IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE*. BOGOTA.
- Andrew Macintosh, A. S. (2020). *sciencedirect*. Obtenido de sciencedirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344919305440#preview-section-references>
- BASUALDO, R. (s.f.). *Senado de la nacion*. Obtenido de senado de la nacion: <https://www.senado.gob.ar/parlamentario/parlamentaria/279757/downloadPdf#:~:text=La%20bolsa%20de%20pl%C3%A1stico%20es,y%20otro%20tipo%20de%20comercios>.
- Beitzen-Heineke, E. F. (2017). *The prospects of zero-packaging grocery stores to improve the social and environmental impacts of the food supply chain*.
- Bocken, N. (2016). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes.

- bogota, A. d. (29 de 04 de 2016). <https://www.alcaldiabogota.gov>. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov>:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=66058>
- clara liliana montero, F. m. (2008). el descubrimiento de lo plasticos: de solucion a problema ambiental. Escuela Tecnológica Instituto Técnico Central.
- D1. (2022). *INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2022*. BOGOTA: D1 SAS.
- Elaine Ritch, C. B. (2010). *Plastic bag politics: modifying consumer behaviour for sustainable development*.
- exito, g. (2023). *grupo exito*. Obtenido de grupo exito: <https://www.grupoexitocom.co/es/Avanzamos-Para-Ser-Un-Retail-Con-Menos-Plastico.pdf>
- Fulton, E. (22 de Diciembre de 2023). <https://downtoearthtech.net/>. Obtenido de <https://downtoearthtech.net/> .
- fundacion, A. (19 de mayo de 2021). <https://www.fundacionaquae.org/>. Obtenido de <https://www.fundacionaquae.org/>: <https://www.fundacionaquae.org/wiki/usamos-500-000-millones-de-bolsas-al-ano/>
- Garcia, J. (31 de mayo de 2023). *La Republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/empresas/las-tiendas-de-descuento-duro-ampliaron-23-su-participacion-dentro-del-mercado-3626427>
- García, J. D. (22 de marzo de 2018). *Universidad Nacional de Colombia*. Recuperado el septiembre de 2021, de Universidad Nacional de Colombia: <https://unperiodico.unal.edu.co/pages/detail/crisis-en-el-sector-de-las-tic-en-colombia/>
- greenpeace. (2019). *informe de plasticos en colombia*. Bogota: universidad de los andes.
- Guevara Muñoz, J. N. (13 de 12 de 2019). <https://repository.usta.edu.co/>. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/>: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/20850>

gusca, c. g. (2023). *portafolio*. Obtenido de portafolio:

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/carulla-elimina-las-bolsas-plasticas-en-sus-supermercados-583727>

J, A. (2018). Impacto ambiental del uso de bolsas plasticas en el sector minorista. *Revista de Medio Ambiente*, 45-58.

J.R.KARR. (2017). *National Library of medicine*. Obtenido de National Library of medicine:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7157458/>

Julián Ferreiro, N. P. (2013). *Disminución en el Uso de bolsas plasticas mediante la presentacion de imagenes relacionadas con el ambiente*.

MILLAN, J. E. (2019). *PLAN DE MARKETING DIGITAL PATA TIENDAS D1*. BOGOTA: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA.

minambiente. (s.f.). *minambiente*. Obtenido de minambiente:

<https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/2977-colombianos-son-cada-vez-mas-conscientes-a-la-hora-de-usar-bolsas-plasticas-minambiente>.

publicos, i. n. (s.f.). <https://incp.org.co/>. Obtenido de <https://incp.org.co/>.

rendon, c. a. (2013). *ESTRATEGIA DE SENSIBILIZACIÓN PARA DESESTIMULAR EL USO DE BOLSAS PLASTICAS*. BOGOTA: UNIVERSIDAD LIBRE.

retail, a. (s.f.). *american retail*. Obtenido de american retail: <https://www.american-retail.com/directorioretail/tiendas-d1/>

Rivas, M. (10 de 03 de 2021). <https://mx.boell.org/>. Obtenido de <https://mx.boell.org/>:

<https://mx.boell.org/es/2021/03/10/impacto-de-la-contaminacion-por-plasticos-en-la-biodiversidad-y-patrimonio-biocultural>

Rodriguez, D. P. (JULIO de 2023). *LA REPUBLICA*. Obtenido de LA REPUBLICA:

<https://www.larepublica.co/empresas/makro-elimina-las-bolsas-plasticas-y-ahora-le-apuesta-a-las-bolsas-de-cana-de-azucar-3650072>

Rodriguez, E. (2016). Legislacion nacional sobre el uso de bolsas plasticas y su aplicacion en el sector minorista. *Revista legal ambiental*, 75-88.

Ronca, D. (2017). <https://www.sciencedirect.com/>. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/>:

<https://www.sciencedirect.com/topics/materials-science/polyethylene>

Rukikaire, K. (10 de 2021). <https://www.unep.org/>. Obtenido de <https://www.unep.org/>:

<https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/informe-de-la-onu-sobre-contaminacion-por-plasticos>

santo, H. r. (18 de enero de 2024). *abasto*. Obtenido de abasto: <https://abasto.com/noticias/aldi-elimino-las-bolsas-de-plastico-en-todas-sus-tiendas/>

(2019). *SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PLASTICOS EN COLOMBIA Y SU IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE*.

BOGOTA: FACULTAD DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.

smith. (2021). *corporate strategies for plastic Bag Reduction*. sustainable business review.

SOSTENIBLE, M. D. (2019). *INFORME SOBRE EL CONSUMO DE BOLSAS PLASTICAS EN COLOMBIA*.

BOGOTA.

sostenible, m. d. (Junio de 2021). <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/plan-nacional-para-la-gestion-sostenible-de-plasticos-un-solo-uso-minambiente.pdf>. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/plan-nacional-para-la-gestion-sostenible-de-plasticos-un-solo-uso-minambiente.pdf>.

summa, R. (4 de julio de 2024). *revista summa*. Obtenido de revista summa:

<https://revistasumma.com/walmart-elimina-en-centroamerica-385-millones-de-bolsas-plasticas-de-un-solo-uso/>

Valencia, A. (20 de mayo de 2023). *La Republica*. Obtenido de La Republica:

<https://www.larepublica.co/empresas/tiendas-d1-tiendas-ara-e-isimo-planean-la-apertura-de-830-puntos-durante-este-ano-3619732>

VICTORIA KWAKWA, A. G. (6 de abril de 2021). <https://blogs.worldbank.org/>. Obtenido de

<https://blogs.worldbank.org/>.

vidal, I. (s.f.). <https://co2cero.co/conciencia-ambiental/>. Obtenido de [https://co2cero.co/conciencia-](https://co2cero.co/conciencia-ambiental/)

[ambiental/](https://co2cero.co/conciencia-ambiental/): <https://co2cero.co/conciencia-ambiental/>

Omondi, Isaac & Asari, Misuzu. (2021). A study on consumer consciousness and behavior to the plastic

bag ban in Kenya. *Journal of Material Cycles and Waste Management*. 23. 10.1007/s10163-020-

01142-y.

Wang, Bairong & Li, Yong. (2021). Plastic bag usage and the policies: A case study of China.

Waste Management. 126. 163-169. 10.1016/j.wasman.2021.03.010.

Anexos

Entrevista a la gerente de ventas del D1 SAS Regional Antioquia Norte

¿Qué tipo de bolsas plásticas utilizan actualmente en la empresa?

R: Actualmente la compañía emplea el uso de bolsas plásticas de polipropileno

¿Cuál es la importancia del uso de bolsas plásticas en el contexto del D1?

R: Incluir la bolsa dentro del portafolio ofrecido como un producto y no regalarla a buscado con eso un uso consiente de las misma.

¿Cuál es la postura de la empresa respecto al impacto medioambiental de las bolsas plásticas?

R: La empresa tiene una postura comprometida con la reducción del impacto medioambiental de las bolsas plásticas. Estamos conscientes de los problemas que generan en términos de contaminación y su contribución al problema global de los residuos plásticos. Por lo tanto, estamos implementando medidas para reducir su uso y promover alternativas más sostenibles, como bolsas reutilizables de tela o materiales biodegradables como el papel.

¿Qué medidas ha implementado la empresa para reducir el impacto negativo de las bolsas plásticas en el medio ambiente?

R: Hemos incluido en el portafolio bolsas alternas para desincentivar el uso de la bolsa plástica con la bolsa de tela bolsa de polipropileno y ahora la bolsa de papel y siempre ofrecemos al cliente la opción de reutilizar cajas de cartón.

¿Cuál es la visión de la empresa respecto al uso de bolsas plásticas en el futuro?

R: Seguir llevando a los clientes productos que permitan reemplazar el uso de la bolsa plástica

¿Hay algún mensaje que le gustaría transmitir sobre el tema del uso de bolsas plásticas y la responsabilidad empresarial?

R: Como D1 participamos de diferentes formas generando un impacto positivo con el medio ambiente como es tener bidones para la recolección de aceite usado. Bidones para recolección de cajas

tetrapack los cuales son utilizados para muebles de nuevos proyectos escolares y desde los inicios de la compañía promovemos el uso de cajas sin ningún costo para la disminución de bolsas plásticas.