



**Título del proyecto de grado**

Análisis de los procesos que influyen en el Mercado sostenible y economía circular

Adolfo Yasser Barrero Toncel

**Código**

20311829475

Laura Alejandra Peña Pacheco

**Código**

20311823795

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Santa Marta, Colombia

Año 2022.

**Título del proyecto de grado**

Análisis de los procesos que influyen en el Mercado sostenible y economía circular

**Nombres y apellidos completos del autor o autores**

Adolfo Yasser Barrero Toncel

Laura Alejandra Peña Pacheco

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Administrador de empresas

Director (a):

Edgar Castro

Codirector (a):

**Línea de Investigación:**

Gestión de la innovación

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Santa Marta, Colombia

Año 2022

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

El trabajo de grado titulado

\_\_\_\_\_.

Cumple con los requisitos para optar

Al título de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Firma del Tutor

\_\_\_\_\_

Firma Jurado

\_\_\_\_\_

Firma Jurado

Ciudad, Día Mes 2022.

	<b>pág.</b>
Preliminares.....	8
Resumen.....	10
Abstract.....	12
Introducción.....	14
Justificación.....	15
1. Antecedentes.....	17
1.1. Formulación del problema.....	19
2. Objetivos.....	21
2.1. Objetivo general.....	21
2.2. Objetivos específicos.....	21
3. Marco teórico.....	22
3.1 Mercados sostenibles.....	22
3.2. Medio ambiente.....	25
4. Marco Metodológico.....	26
4.1. Tipo de investigación.....	27
4.2. Enfoques.....	27
4.3. Fuentes de Información.....	29
4.4 Población.....	30
4.4.1 Población Objetivo.....	30
5. Análisis de los Resultados de la Investigación.....	31
5.1 Descripción del Proceso de la estructura del Producto Integrado con el Desarrollo Sostenible.....	31
5.1.1 Reducir, Reutilizar y Reciclar.....	31
5.1.2 Desarrollo Sostenible.....	32
5.1.3 Mercados Eco-amigables.....	33
6. La Economía circular e Innovación.....	35
6.1.1 Introducción a la Economía Circular.....	35
6.1.2 Principios y Características de la Economía Circular.....	36

6.2 Importancia del Consumo Responsable y Consciente.....	39
7. Conclusiones de la encuesta.....	42
7.1. Conclusión final.....	43
7.2 Recomendaciones.....	44
8 Referencia.....	45
9 Anexo.....	50
9.1 Diseño de herramientas encuesta.....	50

## Lista de Figuras

	Pág.
Figura 2 Componentes Marco Metodológico .....	26
Figura 1 3 Rs .....	32

## Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1 Enfoques de Investigación .....	27
Tabla 2 Fuentes Primarias y Secundarias.....	29

(Dedicatoria)

Ante todo, agradecemos a Dios por otorgarnos el privilegio de tener unas familias maravillosas, las cuales han sido el motor de nuestras vidas, quienes han creído en nosotros siempre, dándonos ejemplo de sacrificio, humildad y también superación, así mismo guiándonos a valorar todo lo que tenemos. A todos estos les dedicamos el presente trabajo, pues han puesto en nosotros el fruto de seguir adelante y triunfar en la vida. Por lo que ha sido consecuencia de este logro.

Esperamos poder seguir con su apoyo incondicional que es muy valioso a lo largo de nuestras vidas.



## **Agradecimientos**

La universidad quien nos ha guiado y formado, con pensamientos críticos ante la sociedad y estructura coherente al hablar. Siempre agradeceremos por la oportunidad que nos brindó de ser profesionales.

Agradecemos a los profesores quienes, con su sabiduría, amor y esfuerzo nos formaron cada día para ser excelentes personas y así mismos excelentes profesionales.

## **Resumen**

Los resultados obtenidos en la presente investigación permitieron conocer la necesidad de apertura de mercado eco-amigable para la comercialización de productos para así responder ante la necesidad de los consumidores y de la preservación de los recursos naturales. Se presentan los antecedentes, problemática y conceptos asociados con el tema de investigación y su relación con la responsabilidad individual y empresarial frente a las afectaciones ambientales en un marco de conciencia social y económica.

Posteriormente se establecieron los objetivos relacionados con la investigación sobre la necesidad de un mercado sostenible, los cuales se ven soportados por los temas abordados en el marco teórico, tales como sostenibilidad, desarrollo sostenible, medio ambiente, economía circular, mercados eco amigables, esto con el fin de abordar cada uno de los factores asociados a este tipo de proyecto como un modelo de negocio sostenible y que responde ante la necesidad urgente de soluciones sostenibles que propicien una mejora en los hábitos de consumo y retrase las consecuencias catastróficas en los recursos naturales del planeta, los cuales se ven en constante amenaza por la sobreexplotación de las empresas y gobiernos cuyas acciones responden ante la demanda de los consumidores, ignorando la responsabilidad que deben asumir como entes regulatorios.

Teniendo esto en cuenta, es importante traer la innovación e influencia sobre los hábitos de compra a través de nuevas propuestas y herramientas metodológicas que permitan la eliminación de estigmas y paradigmas presentes en el comercio de productos de segunda mano o que estén dentro de la clasificación de la regla de las 3 R: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

Con los conceptos claros y la problemática identificada se procede al desarrollo del marco metodológico que no solo permitirá la definición de las metodologías elegidas para la investigación, sino que contendrá las herramientas que permitirán una recolección de datos óptima, la cual arrojará resultados que podrán ser analizados entre sí, es decir, la información cualitativa complementará la cuantitativa para determinar el grado de necesidad de un mercado eco-amigable para la comercialización de productos sostenibles en la ciudad de Santa Marta, Colombia.

**Palabras Clave:** Sostenibilidad, economía circular, mercado eco-amigable, medio ambiente, productos o bienes reutilizables.

## **Abstract**

he results obtained in the present investigation allowed us to know the need to open an eco-friendly market for the commercialization of products in order to respond to the needs of consumers and the preservation of natural resources. The background, problems and concepts associated with the research topic and its relationship with individual and business responsibility in the face of environmental effects are presented in a framework of social and economic awareness.

Subsequently, the objectives related to research on the need for a sustainable market were established, which are supported by the issues addressed in the theoretical framework, such as sustainability, sustainable development, environment, circular economy, eco-friendly markets, this with in order to address each of the factors associated with this type of project as a sustainable business model that responds to the urgent need for sustainable solutions that promote an improvement in consumption habits and delay the catastrophic consequences on the natural resources of the planet, which are constantly threatened by the overexploitation of companies and governments whose actions respond to consumer demand, ignoring the responsibility they must assume as regulatory entities

Taking this into account, it is important to bring innovation and influence on purchasing habits through new proposals and methodological tools that allow the elimination of stigmas and paradigms present in the trade of second-hand products or that are within the classification of The rule of the 3 Rs: Reduce, Reuse and Recycle

With clear concepts and the problem identified, we proceed to the development of the methodological framework that will not only allow the definition of the methodologies chosen for

the research, but will also contain the tools that will allow optimal data collection, which will yield results that can be analyzed. with each other, that is, the qualitative information will complement the quantitative information to determine the degree of need for an eco-friendly market for the commercialization of sustainable products in the city of Santa Marta, Colombia.

Keywords: Sustainability, circular economy, eco-friendly market, environment, reusable products or goods

## **Introducción**

Los países, las empresas y personas se encuentran a la expectativa del estado climático del planeta, el cual es crítico, y en el que contribuye los desechos no biodegradables, a nivel global se han implementado estrategias para lograr una mejoría en el estado ambiental de los ecosistemas, sin embargo no ha sido fructífero y la ONU realizó un llamado de urgencia a los líderes para intervenir adecuadamente en el consumo consciente y la mitigación de daños al medio ambiente, esto, en pro de garantizar la recuperación de los ecosistemas y perpetuar la disponibilidad de los recursos. Para lograr una transformación exitosa, es importante que los sectores económicos y la sociedad trabajen entre sí para implementar acciones sostenibles que contribuyan a un consumo de alta responsabilidad, dándole importancia a nuevos mercados eco sostenibles para el planeta, que aporten un beneficio limpio y eficaz.

(Zuñiga, 2021) Comenta que la preservación del ambiente y aunque la población global se encuentre ante el crecimiento constante (disminuida debido a la pandemia) es clave la adopción de alternativas para influir positivamente en la cadena de producción y de consumo. Así mismo, vale mencionar que Latinoamérica desarrolla un papel clave en la cadena de suministro de diferentes productos para consumo humano, (Monteiro, et al., 2015).

Partiendo de ello, se identifica una problemática enfocada en hábitos de consumo no sostenibles y de estigmas frente a los productos que requieren de intervención basada en las 3 Rs, además de ubicar cadenas de suministro que sean aptas para el cumplimiento de objetivos comerciales y ambientales (Navia & Villada, 2015), esto se ve como complemento a través de nuevas ideas con enfoques en la economía circular, la cual proporciona oportunidades de negocio

que contribuye a la responsabilidad ciudadana y la exigencia de productos y servicios que demuestren un reducido impacto ambiental, un trato justo a las partes involucradas, desarrollo económico sostenible y un marketing ecológico (Viñoles Cebolla, et al., 2011).

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, la temática se desarrollará mediante una metodología de investigación descriptiva con enfoques cualitativos y cuantitativos que permitirán consolidar la información, resultados y análisis, así mismo estará compuesto por los siguientes apartados: antecedentes, objetivos, justificación, marco teórico que respalda el desarrollo de la investigación, metodología, resultados y análisis, conclusiones y referencias.

### **Justificación de propuesta**

Este trabajo surge de una problemática actual arraigada a diferentes factores globales, la cual demanda soluciones inmediatas que preserven los recursos naturales además de responder adecuadamente a las necesidades de los clientes frente a los productos que demandan para su consumo; esto requiere de mayor conciencia, compras inteligentes y una oferta que corresponda ante las exigencias de calidad y precio por parte de los clientes y así mismo cumpla con legalidad vigente; por ende, el proyecto está encaminado al reciclaje, reutilización y reducción de consumo en diferentes aspectos.

Para lograr corresponder adecuadamente a los aspectos mencionados, el proyecto requiere de una investigación que profundice sobre las nuevas tendencias frente a la sostenibilidad y de los antecedentes que han llevado a la sociedad hacia la necesidad de cambiar el estilo de vida actual frente al consumo de bienes.

La información recopilada permitirá reconocer conceptos, modelos y sistemas en la cadena de consumo, sostenibilidad y economía circular, de esta manera se obtienen las bases necesarias para reconocer la necesidad de un desarrollo de proyecto que aporte positivamente a la problemática identificada y así mismo se identifique la idea de mercado sostenible como una opción viable para la solución del problema; por ende, para que sea posible se ha de establecer resultados que aseguren análisis certeros.



## **Antecedentes**

Los gases de efecto invernadero están generando impactos cada vez más fatales en el medio ambiente y generando crisis humanitarias que afectan la supervivencia de diferentes seres vivos, de hecho la ONU ha lamentado el fracaso de la gobernanza global y ha anunciado el modo de emergencia por la crisis climática la cual requiere de reformas en diferentes áreas (Nichols, 2022). Anunciado el modo de emergencia se anuncia a cada uno de los gobiernos la implementación de normatividades e iniciativas que promuevan la preservación de los ecosistemas, recursos naturales y a su vez contribuir a la reducción de emisiones de carbono; dichas iniciativas no solo deben ser ejecutadas por los gobiernos o empresas para obtener beneficios y resultados positivos, por ende, es imperativo que las prácticas de consumo de cada uno de los individuos cambien a favor de un consumo inteligente.

Los problemas derivados del calentamiento global pueden percibirse en diferentes áreas, como de tipo político, económico, natural, social, inclusive deportivos, los cuales involucran de forma gradual ya que se depende netamente del avance frente al problema de la contaminación que ha sido creado por el ser humano, por lo tanto, la información y la concientización para lograr un avance en la resolución de la problemática mitigara las consecuencias.

Es importante reconocer que actualmente se está presentado un hecho histórico en el mundo que es el acelerado crecimiento de la industrialización y la tecnificación, lo cual ha generado una crisis ecológica, que se expresa en varios acontecimientos como son; del efecto invernadero, el agujero de la capa de ozono, el derrame de combustibles fósiles, la deforestación, la sobreexplotación y el agotamiento de los recursos hídricos, la contaminación atmosférica,

lluvia ácida, la erosión entre otros, Estos fenómenos a diferentes escalas se presentan también a nivel territorial, afectando el orden global, regional y local. (Ramírez Hernández, 2015).

En Referente a la crisis ecológica, el país no es impropio a dichos acontecimientos, Pese a ser el segundo territorio con más variedad en los catorce territorios con el de más grande índice y uno de los más ricos referente a disponibilidad de agua. No obstante confronta intensos procesos de deterioro ambiental que están afectando la calidad fisicoquímica del ambiente, que se traduce en graves inconvenientes del medio ambiente, como son; la degradación de bosques y de suelo, deforestación, contaminación del agua y del viento, Los anteriores inconvenientes se expresan en el detrimento de la calidad de vida de las poblaciones humanas circundantes (Ramírez Hernández, 2015).

Monografía: Angie yuliana moreno gonzález estudiante de la universidad de ciencias aplicadas y ambiente del programa de ingeniería comercial, en el 2018 se habla de la creciente escases de energía que aumenta día día, especialmente los perjuicios provocados forestales, además del calentamiento global y el cambio climático, donde la más grande predominación humana fue la emisión de gases de impacto invernadero, son gases que afecta a la naturaleza genera vaporización de agua, dióxido de carbono, el metano etc. son llamados por el politólogo Homer-Dixon (2006), “Estreses tectónicos, fuerzas subyacentes que se van acumulando con modalidades de converger y amenazar el orden universal,” dicho de otro modo, aquellas cambiantes tienen la posibilidad de ocasionar un colapso en la cultura si no se produce. Para evitar ese mal que se le causa a la naturaleza quieren proponer que la economía circular y sostenible tenga más espacio dentro de nuestro mercado y que las empresas sean más consiente y se metan más en este tema. (Moreno, 2018)

## **1.1 Formulación del problema**

El deterioro ambiental generado por la sobreexplotación y consumo desmedido del ser humano se ha desarrollado a tal punto que amenaza la supervivencia de diferentes especies, incluyendo la humana, por lo cual es imperativo modificar hábitos de consumo e innovar en nuevas formas de comercialización y expandir la concientización ambiental mediante la aplicación de prácticas como las 3 Rs y fortalecimiento del mercadeo sobre iniciativas ambientales que disminuyan el impacto ambiental y la generación de residuos pues los recursos no suplen el consumo per cápita y no son renovables.

Estos problemas de hábitos de consumo y formas de comercializar los productos requieren de manera urgente disminuir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción, consumo de bienes y recursos, sin embargo, algunos aspectos que pueden evitar la implementación de mejores hábitos pueden ser la desinformación, marcas no comprometidas ambientales, estigmas, falta de oportunidades y opciones, factores comunes en el país. Lo cual impacta en el apoyo esperado por parte del público.

Por dicho motivo, se desea aplicar iniciativas y estrategias encaminadas a la erradicación de las barreras mencionadas gracias a la identificación de la necesidad de un mercado eco amigable, dicha idea se origina con la intención de desarrollar múltiples beneficios, siendo el principal, ser amigables con el medio ambiente y responder adecuadamente ante las necesidades de los clientes, esto gracias a la interacción entre los compradores y vendedores en una economía circular que brinda segundas oportunidades a los productos.

La composición del mercado sostenible es poder crear espacios en donde lleguen a todos aquellos electrodomésticos, muebles, objetos, ropa, calzado, y mucho más, que estén en buen estado y de ser necesaria una reparación efectuarla para prolongar su vida útil, además de que se genera nuevas fuentes de empleo relacionadas con la comercialización de los productos, mantenimiento de los lugares, costureros, lavandería o técnicos. Adicional a ello para generar una imagen positiva en el cliente es importante contar con procesos que contribuyan en la calidad de los productos ofrecidos, disminución de los residuos, accesibilidad económica, además de apoyar la comercialización mediante la presencia digital. Teniendo esto en cuenta, el aprovechamiento de productos ya existentes evitara nuevos procesos industriales contaminantes y así mismo evitar que un producto funcional contamine los recursos naturales, algunas de las recuperaciones abarcan: platos, porcelanas, adornos, espejos, cuadros, restauración de piezas, muebles, sillas, mesas, camas, peinadores, mesas de noche, electrodomésticos

Creando conciencia con mercados sostenibles se corta un ciclo contaminante en el cual los seres vivos interactúan diariamente y se ven afectados por ello, puesto que se crea conciencia de reciclaje y cuidado hacia el medio ambiente, mediante la propuesta de implementar cambios en el estilo de vida y de pensamiento para lograr una vida sostenible, ecológica y con un fuerte componente transformador..

## **1. Objetivos**

### **1.1 Objetivo general**

Integrar información sobre economía, sostenibilidad e innovación con el fin de identificar home friendly como mercado sostenible dando una solución viable a la problemática identificada, la cual se encamina a la adecuación de ideas en donde las empresas y consumidores interesados en el medio ambiente, interactúen entre sí.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Realizar una descripción del proceso de la estructura con los mercados sostenibles con la integración al desarrollo sostenible.
- Contextualizar el concepto de la economía circular e innovación en el proceso de los mercados sostenibles.
- Determinar la importancia del consumo responsable y consciente, y como se verá aplicado en un mercado sostenible. Por medio de una encuesta

## 2. Marco teórico

El marco teórico es organizar de manera sistematizada la información que le da soporte teórico a la investigación., en este caso se desarrollan las distintas teorías relacionadas con nuestro estudio de caso “Mercado sostenible. Las bases teóricas y referencias de bibliografía se refieren en primera instancia a una referencia de los que es un mercado sostenible, luego se hace énfasis en la forma como se concibe el medio ambiente como espacio en el cual se desarrollan los seres vivos y por último se contextualiza sobre la economía circular

### 4.1 Mercados sostenibles

Un mercado sostenible es cuando las empresas visibilicen acciones como: Transformación de sus cadenas de suministro. Integrar sistemas de trazabilidad que indiquen el origen y las buenas prácticas de sus procesos. Facilitar información clara sobre las prácticas y el origen de sus productos para evaluar el consumo. (garcia, 2021)

Otro concepto que enriquece la investigación son los. **Los mercados sostenibles** que pueden definirse libremente como aquellos que contribuyen a medios de vidas más fuertes y entornos más sostenibles. Al vincularse con la búsqueda del «desarrollo sostenible», tales mercados se centran en los resultados sociales, ambientales y económicos. Los mercados sostenibles tienen como objetivo reflejar los verdaderos costos (o externalidades) de la degradación de los recursos naturales, la contaminación ambiental y promover prácticas laborales justas y seguras. (Anon., s.f.)

Por otra parte, en la transición a mercados sostenibles, las reglas formales, a veces llamadas mecanismos de gobernanza del mercado (MGMS), son herramientas clave para configurar y gobernar los mercados. Los ejemplos se concluyen la certificación y filtración de informes y métricas sostenibles, pagos por servicios ecosistémicos u otros instrumentos basados en el mercado. Los MGM cambian el comportamiento de los consumidores, inversores o productores para que sus decisiones den como resultado resultados más sostenibles. Los MGM proporcionan señales económicas o incentivos, por ejemplo, en las externalidades de precios. Los mecanismos reguladores prohíben o no requieren ciertas prácticas por parte de los consumidores o productores. O los mecanismos de cooperación crean asociaciones voluntarias o más formales en torno a normas o estándares ambientales.

Existe una serie de temas polémicos y debates en curso sobre mercados sostenibles, en particular sobre cómo lograr mercados sostenibles. Se presentan unas series de preguntas sobre la combinación adecuada de instrumentos o mecanismos de política y para qué contexto. Por ejemplo, un país del mundo en desarrollo puede requerir mecanismos específicos para construir mercados sostenibles, particularmente donde existen economías más informales o en ciernes. Estos también implican debates más amplios sobre cómo la globalización económica y el comercio pueden beneficiar a los países donde las capacidades o instituciones locales son débiles.

Además, hay debates no resueltos sobre cuánta regulación o intervención gubernamental es apropiada para gobernar mercados sostenibles. Por ejemplo, en la fijación de precios de la contaminación como los gases de efecto invernadero (GEI), existen argumentos opuestos sobre si debería haber impuestos exigidos por el gobierno para limitar la contaminación por desincentivos

económicos o si un mercado debería determinar el precio a contaminar. En muchos casos una mezcla de ambos puede ser favorable.

Quedan preguntas más amplias sobre si los mercados sostenibles pueden alguna vez dar cuenta de las externalidades ambientales, como las asociadas con la contaminación. Esto se relaciona con si un modelo económico centrado en el PIB en lugar de en el bienestar puede realmente lograr la transformación descrita en el desarrollo sostenible. Se ha sugerido que es necesario alejarse de un enfoque puro en el PIB, hacia un énfasis representado en métodos como la contabilidad del capital natural.

Surge la pregunta, las externalidades ambientales (el paisaje, efectos en la salud humana (morbilidad), crecimiento o disminución de muertes (mortalidad), pérdida del equilibrio ecológico, efectos en los acuíferos y cuerpos de agua superficiales, cambios en la calidad del viento, cambios en la calidad de agua, efectos en suelos o calentamiento global. ) están asociadas a la contaminación y debe ser valoradas, en un método de valoración económica, también requiere buscar beneficios ambientales en la disminución de residuos rígidos, el aumento de la calidad del suelo, reducción de la emisión de gases de efecto invernadero; para así mejorar la calidad de aire y fuentes hídricas lo cual permite la estabilización del clima (Clavijo Mantilla , et al., 2021).

Bajo estas consideraciones se puede manifestar que el reciclar puede llegar a ser una alternativa de negocio en auge por su valor agregado y desarrollo social, que genere buenos ingresos y que se convierta a una cultura de responsabilidad con el ambiente y sus recursos. Por último, se pregunta si el arte de reciclar conlleva a que, la sostenibilidad y conciencia ambiental estimule al consumidor a cuestionar su decisión antes de comprar un producto en el mercado mediante la auto respuesta a los siguientes interrogantes



: ¿Existe un producto muy parecido o similar, aunque con menos empaques? ¿Realmente si lo necesito?, ¿puede que contamine al ser desechado? ¿Fue elaborado este producto de manera que no contamine o laborado de manera sustentable?, ¿durará mucho tiempo en descomponerse?, ¿bajo qué particularidad fue fabricado?, La concepción que se quiere lograr es que debe tener el consumidor es que hagamos un consumo basado en la razón, no comprar por antojo o instinto sin estudiar a quién o a qué ese producto se puede dañar (Nava Bautista, et al., 2013)

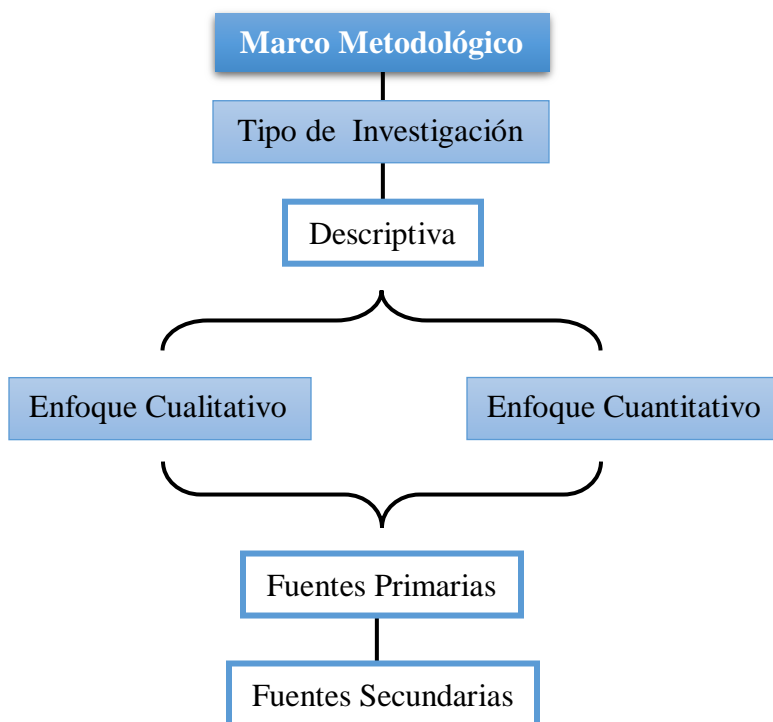
#### **4.2 Medio ambiente**

Según informe del Banco Mundial El medio ambiente ha sido concebido como un espacio en el que se desarrolla la existencia de diferentes seres vivos, dicho espacio está compuesto por recursos naturales con los que interactúan diferentes organismos, es decir, la vida depende de la conservación y buen estado de los recursos naturales (BBVA, sf), obstante, este se ha visto en constante amenaza por el ser humano, quien a través de prácticas contaminantes y uso desmedido de los recursos ha puesto en riesgo la vida de animales, plantas y seres humanos, durante los últimos 20 años la comunidad internacional ha establecido estrategias para lograr mayor sostenibilidad y contribuir a la erradicación de la pobreza, no obstante, los ecosistemas del mundo se degradan cada vez más rápido y la recuperación es más lenta. Por otro lado, las soluciones enfocan zonas cerradas de agricultura, diseño de programas ambientales, iniciativas para la reducción de la contaminación del aire, planificación nacional, gestión de residuos sólidos, resiliencia urbana, murallas verdes, entre otros proyectos que se desarrollan en gran magnitud (Banco Mundial, 2022).

#### 4 Marco Metodológico

El marco metodológico de la presente investigación está compuesto por el método elegido para el desarrollo de la recopilación de información, tipos de metodología y enfoques que son acorde a las necesidades del proyecto, dichos pasos son encaminados a resultados que puedan resolver la problemática identificada.

Figura 1 Componentes Marco Metodológico



*Fuente: Propia*

#### 4.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación seleccionado para el proyecto es el descriptivo, ya que el proyecto requiere la recopilación de datos e información necesaria para el desarrollo del proyecto de *Mercado sostenible*, es decir, el uso de dicho tipo de investigación facilitara la respuesta a la problemática del proyecto mediante la recolección y análisis de datos en una encuesta. (Esteban Nieto, 2018).

#### 4.2 Enfoques

**Tabla 1**

##### **Enfoques de Investigación**

<b>Enfoque</b>	<b>Descripción</b>
Cualitativo	<p>La recolección de información para la investigación enfocara en su mayoría datos cualitativos, los cuales permiten que un desarrollo óptimo para la recopilación y análisis de las fuentes de información consultadas.</p> <p>Teniendo esto en cuenta, el enfoque cualitativo es clave para lograr los objetivos del proyecto pues los resultados son una respuesta ante la problemática del proyecto y así mismo podrán ser examinados al mismo tiempo que los datos cuantitativos, obteniendo así un análisis más profundo ya que lo cualitativo no se relaciona directamente con la cuantificación, así que se verá</p>

	<p>complementada la información narrativa. En la presente investigación un claro indicio de investigación cualitativa es el marco teórico ya que en él se concentra la información narrativa de sostenibilidad, medio ambiente, comercio o economía circular, temas esenciales para conocer el origen de <i>Home Friendly</i> y la importancia de dichas iniciativas, además se facilita la asociación e interacción de la información.</p>
<p>Cuantitativo</p>	<p>Este tipo de enfoque como se ha mencionado anteriormente relaciona la cuantificación de datos, es decir, datos numéricos, no narrativos, dicho datos se relacionan entre sí e inclusive pueden verse como variables, lo que eventualmente brinda la oportunidad de diagnosticar el porqué de algunas situaciones, esto se debe a que los resultados numéricos se vuelven estadísticos, algo que determina similitudes o concurrencia en los datos.</p> <p>En la presente investigación los datos cualitativos provendrán tanto de fuentes primarias como de secundarias, datos numéricos que fortalezcan la investigación y a su vez complementen los datos narrativos del enfoque cualitativo.</p>

Fuente: (Hernandez , p. 2018).

### 4.3 Fuentes de Información

Las fuentes de información serán para obtener verificación, antecedentes y contexto sobre los temas involucrados con un Mercado sostenible, las fuentes serán primarias o secundarias:

**Tabla 2 Fuentes Primarias y Secundarias**

<b>Tipo de Fuente</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ejemplos</b>
Primaria	La información se obtiene directamente en la fuente, es decir, es original y no hay un tratamiento de por medio hasta el momento de recolección.	Literatura gris, observación, focus group, entrevistas, encuestas o actas.
Secundaria	Las fuentes secundarias abarcan un análisis ya previo, ya se ha trabajado el contenido anteriormente, además el contenido puede estar compuesto de fuentes primarias.	Bibliografías, investigaciones relacionadas con el tema, revistas, libros, blogs, artículos de revista o periódicos.

Fuente: (Cabrera Méndez , 2010)

## 4.4 Población

**4.4.1 Población Objetivo:** 340 personas entre personas adultas y jóvenes de sexo masculino y femenino

: **Formula Para Cálculo del Muestra Poblaciones Finitas** “<sup>1</sup>

A continuación, se muestra formula estadística utilizada para conocer el número de personas aencuestar

Tamaño de la muestra para población conocida

$$N = \frac{N Z^2 \cdot C^2}{e^2 + Z^2 \cdot C^2}$$

$$N e^2 + Z^2 \cdot C^2$$

N = Tamaño de la población = 340 personas

Z=Valor de Z = 1,96, para un margen de error del 0,05

C^ = prevalencia del P = 0,30 y Q = 0.70

E = Margen de error que se prevé cometer = 0,05

De donde N =  $\frac{340(1,96)^2*(0,30)^2}{e^2 + Z^2 \cdot C^2}$

$$340, x (0,05)^2 + (1,96)^2 x (0,70)^2$$

Tamaño de la Muestra = **42 personas**

---

<sup>1</sup> Herrera Castellanos. Mario .Docente Postgrado de Pediatría Hospital Roosevelt  
Referencia: [http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213](http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213)

## **5. Análisis de los Resultado de la Investigación**

En este capítulo se muestran los resultados producto del trabajo de investigación en Mercado sostenible y que se desarrolló, de acuerdo a las indicaciones que se plantearon en los objetivos específicos de la investigación.

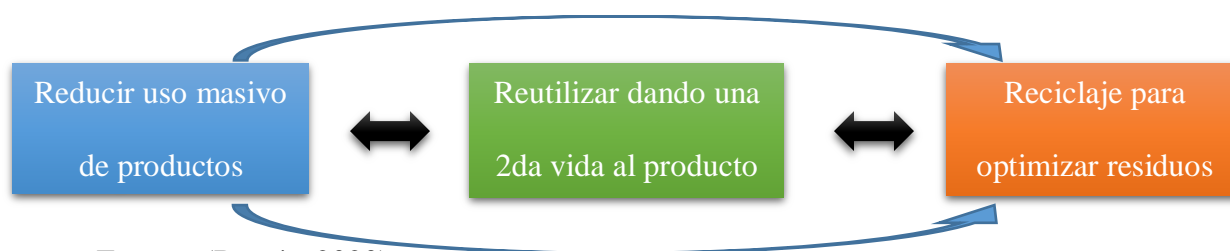
### **5.1 Descripción del Proceso de la estructura del Producto Integrado con el Desarrollo Sostenible**

El proceso por medio del cual se integra a la estructura del trabajo de sintetiza en el siguiente gráfico, donde se indica tres factores que le dan vida a la estructura de la investigación.

#### **5.1.1 Reducir, Reutilizar y Reciclar.**

(Fernández Muerza, 2012) Explica cómo hacer implementar y ejecutar bien las tres Rs del consumidor ecológico reducir (disminuir uso), reutilizar (usar de nuevo) y reciclar (nuevo uso), es decir, hacer el menor uso de recursos naturales posibles, aprovechar aquellos que ya se han usado al darle a los productos la máxima vida útil posible y aprovechando los productos que son de un solo uso para otros fines común. En la regla de las 3 Rs ecológicas permite tratar de cambiar los hábitos de consumo, haciéndolos más responsables y sostenibles (Borrás, 2020).

**Figura de la regla de las 3R**



Fuente: (Borrás, 2020)

### 5.1.2 Desarrollo Sostenible

Los problemas ambientales son graves para la subsistencia humana, ya que el ambiente se correlaciona con la sociedad y la economía, ninguna puede funcionar por sí sola, teniendo en cuenta que debe existir un equilibrio y conciencia de cada una de ellas (Pérez Ibarra, 2021, p. 29). Con el fin de responder adecuadamente a dichos factores es necesaria la implementación del desarrollo sostenible y su tipo de interacción con el proceso productivo a favor de la función de los sistemas económicos, aspecto que ha tomado mayor relevancia y cada vez es más reconocido por el mundo, adicional a ello la búsqueda para implementar modelos ecológicos viables, se ha convertido en el foco de los académicos a nivel nacional e internacional (Vivas Paspuel, et al., 2021).

La validación de un desarrollo sostenible eficaz debe apoyarse de la economía circular, la cual ha sido asumida por numerosos países y empresas debido a los distintos beneficios en su utilización, esta se expresa en forma similar del crecimiento de la economía y sostenibilidad, los cuales participan con la creación de la entrada y salida de los sistemas de producción generando así movimientos transformadores para los insumos y productos de la economía (Cepeda, et al., 2017).



Igualmente es significativo hacer mención de las 3 Rs centrales en el marco de la economía circular, pues aparte de ellas se incluyen aspectos como la reparación, restauración, refabricación, remarketización y resintetización, las cuales deben responder adecuadamente ante la rentabilidad de la economía, aunque represente un desafío medioambiental y oportunidad de negocio, por ello para América Latina deben tener las siguientes pautas para desarrollar una economía transformadora (Paño Yáñez, 2021):

- Tradiciones, recursos, prácticas.
- Superar linealidad, energías contaminantes, crecimiento superfluo, desechos innecesarios, injusticia social y pobreza.
- Movimientos inspirados en la cooperación, solidaridad, naturaliza, conservación de ecosistemas, diversidad y productividad.

Al tener claridad sobre dichas pautas, la identificación de potenciales proyectos que contribuyan al desarrollo económico y que correspondan adecuadamente ante una economía circular que comprende la cobertura de necesidades humanas y reconoce la integridad dinámica de los aspectos sociales y ecológicos.

### **5.1.3 Mercados Eco-amigables**

Teniendo esto en cuenta, la preocupación sobre las consecuencias de prácticas contaminantes ha trascendido a la voluntad de los ciudadanos a realizar cambios en el estilo de vida que llevan (Armesto, 2021), tanto de forma individual como en el hogar; por ende, la mejora del medio ambiente y el crecimiento sostenible dependen de igual forma de consumidores

conscientes y dispuestos a introducir nuevos comportamiento de consumo para así reducir la huella ambiental de la persona (Méndez Caicedo, 2020).

Partiendo del hecho de que el consumidor debe ser participe en un crecimiento sostenible, quiere decir que hay oportunidades para corresponder adecuadamente ante dicha necesidad, por ello, es factible examinar la importancia de incorporar mercados eco-amigables en el mercado para contribuir a un crecimiento sostenible e involucrar a los consumidores en dicho proceso de cambio (Zapata Torres & Céspedes, 2010). Las iniciativas para ofrecer productos eco-amigables son buenas y generalmente se realizan de forma individual (como emprendimiento) y desde cero, como confección de ropa o accesorios hecha con plástico reciclado. Así mismo, el mercado de segunda mano o de productos reciclados ha empezado a crecer gracias a establecimientos que se atrevieron a ofrecer dichos productos y fueron reconocidos como *Cash Converters* o *Second Market*, algunos de los productos que ofrecen son: informática, electrónica, joyería, deportivos, ropa, calzado, muebles o accesorios (Sanz Cabreros, 2021), además de ello se caracterizan por ser negocios pequeños poco reconocidos y con poco marketing.

Sin embargo, aunque el mercado de productos de segunda y reciclados han tenido un auge debido a la problemática ambiental y el calentamiento global, existen aún prejuicios y estigmas entre los consumidores ya que asocian la compra de productos de segunda con poco estatus, clase social baja, anti higiene y mal estado de los productos (Clavijo Mantilla, et al., 2021).

Partiendo de la información recopilada, es claro que un mercado eco-amigable es necesario para contribuir a una economía circular y al cambio de hábitos de consumo de los clientes, además de adecuar dicho mercado a las necesidades y expectativas de los mismos para evitar caer en los estigmas y contribuir a su eliminación gracias a un diseño adecuado del lugar y distribución de los

locales, los cuales sean estéticamente agradables a la vista de los compradores. Por último es importante dar visibilidad a este tipo de negocios mediante campañas de marketing y presencia en línea con el fin de ir a la vanguardia de prácticas digitales como E-Commerce y dar a conocer el valor agregado en la cadena de valor de los negocios (Caro Llanos , et al., 2022).

## **6. La Economía circular e Innovación**

### **6.1.1 Introducción a la Economía Circular**

El sentido que se tiene de la economía circular o economía verde “green economy” no es fácil, sin embargo, se puede ratificar como un grupo de modelos de producción sistémico que toma en importancia cambiantes del medio ambiente y sociales, crea unas pocas emisiones de carbono, usando este estilo de los recursos de manera de que sea competente y que tenga en cuenta a toda las personas (Martínez & Porcelli, 2018). Con base a estas propiedades se puede deducir que la economía circular indica una nueva alteración extremista en los sistemas de elaboración, fabricación y consumo, para que se constituya en soporte del nuevo sistema socioeconómico a escala local por medio de la ayuda social y cultural también se permita ser incluyente al sistema, y se refleje en la creación de empleos, reduzca los daños irreversibles en el medio ambiente, tales como la biodiversidad, clima, salud humana y animal generados por la generación de residuos.

Teniendo en cuenta a los efectos desarrollados por la generación de residuos se aspira a que estos disminuyan su estado y se convierta en la materia prima o se transformen para hacer parte de nuevos productos y crear estos, que gasten menos recursos energéticos tecnológicos. Por consiguiente, la economía circular se considera un patrón recurrente que copia a la naturaleza y se vincula con ella, lo que hace imperioso que los territorios y las empresas incluyan internamente

políticas amigables con el medio ambiente a través de la disminución de residuos y la prolongación del ciclo de vida de los productos (Moreno, 2018).

Entre las características de la economía circular se le nombra métodos regenerativos y renovadores con el propósito de que su función sea mantener viva la importancia de los recursos ya sean energía, suelo, materiales y agua, y también de los productos, donde incremente los insumos de recursos energéticos, todo esto ayuda al desarrollo de un territorio y lo hace de una forma amigable con el medio ambiente. Estos modelos en lo general tratan de manera específica de desligar el desarrollo de un territorio con algún producto que se pueda llegar a acabar, todo esto es positivo, ayuda a la mejora de la naturaleza disminuyendo los riesgos del sistema, al gestionar reservas determinadas y flujos renovables (EMF, 2014).

### **6.1.2 Principios y Características de la Economía Circular**

El modelo de economía circular tiene 3 principios claves, todos los cuales expone diversos retos en términos de recursos y del sistema a los que han de afrontar las economías industrializadas. (Martínez & Porcelli, 2018)

**1: Preservar** Preservar y mejorar el capital natural controlando reservas finitas y equilibrando los flujos de recursos renovables, Se puede identificar que en este principio dos pilares: el ecodiseño y la economía funcional, a los que se aplica la minoría del derroche. En relación al sistema el modelo de economía circular intenta en lo posible que sean diseñados mediante un ciclo de desensamblado y se aplique la reutilización donde se adopta en lo posible, de nuevas tecnologías eco amigables y procesos que utilizan recursos renovables de mayor rendimiento. Así mismo se establece que en este principio, el impacto ambiental generado durante el diseño del producto, está asociado al diseño ecológico.

**2: Optimizar** los rendimientos de los recursos que se han distribuido en los productos, como lo son los elementos y materiales con su utilidad máxima en todo instante, tanto en ciclos técnicos como biológicos: refabricar, reacondicionar y reciclar), estas 3 R que involucra las materias primas referentes a los recursos, se tienen que diseñar a partir de su inicio para la reutilización, todos estos productos deben estar en disposición de poder tener actualizaciones tecnológicas y así después de un tiempo poder realizar dichas actualizaciones o mejoras.

En este principio del proceso se identifican tres pasos, primeramente, se da el proceso de la **reutilización** (tomar un producto utilizado y darle un nuevo uso sin cambiar su forma o función), en esta ocasión puede ser que sea imperiosa su reparación, es la renovación o la remanufactura, pero cuando no se puede usar, a veces es posible utilizar parte del mismo para crear otro objeto., El segundo paso del proceso se trata de refabricación, llegando incluso al up-cycling, cuando el valor del objeto recién creado es mucho mayor que el valor del original. Por último, el tercer paso, se llega al final de la vida útil del producto en este caso es importante reciclarlo para así poder darle valor a cada parte del producto

**3: promover la eficiencia** de todo el sistema para así ver y corregir todos factores negativos. Este principio se promueve la eficacia de los sistemas para eliminar los factores externos que conlleve a disminuir los daños al uso humano, originado con los alimentos, la movilidad, la vivienda, la educación, la salud y el ocio. De otra parte, para promover que este principio sea eficaz necesita que la energía empleada para este periodo debe ser renovable por naturaleza, para minimizar la dependencia a los recursos y aumentar la función de recuperación del sistema (por ejemplo, (por ejemplo, frente a una crisis del petróleo)

Con base a dichos principios descritos previamente se define la economía circular con las próximas propiedades: 1. la variedad produce la energía fundamental para una constancia, la economía circular debería ser renovable, para no depender o al menos disminuir la dependencia de los recursos y aumentar una más grande fortaleza en los sistemas, 2. los costos y los demás mecanismos de retroalimentación tienen que reflejar los precios reales, en algunas ocasiones los costos trabajan como mensajes y se sustituye la iniciativa primordial del consumidor por el de cliente, donde la economía circular trae una totalmente nueva interacción entre los clientes y los objetos (Martínez & Porcelli 2018)

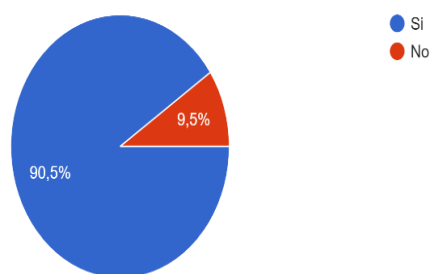
Finalmente se puede expresar que en los principios y características de la economía circular, existen elementos comunes como la reutilización de los residuos sólidos y líquidos, en el cual los sistemas económicos son amigables con el ambiente y propender por un desarrollo sostenible; Por consiguiente de todo lo anterior se concluye que *la economía circular surge* como una alternativa para continuar con el crecimiento sin afectar a la naturaleza y sus recursos, así se disminuye los efectos negativos al medio ambiente

## 6.2 Importancia del consumo responsable y consciente

Para el desarrollo de este objetivo se realizaron 42 encuestas que tuvo como objetivo determinar la importancia del consumo responsable y consciente del nuestro producto.

¿Tiene usted conocimiento de la problemática ambiental actual?

42 respuestas

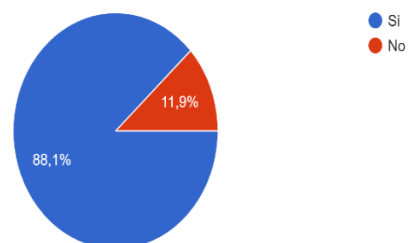


Sobre la pregunta del conocimiento de la problemática ambiental, el 90.5% manifiestan que si lo conoce y el 9.5% que no

Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

¿Contribuye usted con alguna actividad sostenible, como reutilización, reciclaje y reducción?

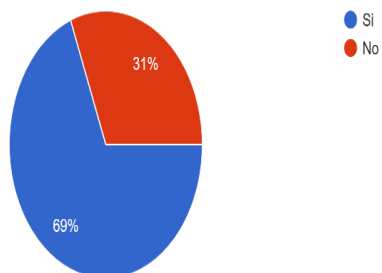
42 respuestas



A la pregunta si se contribuye en alguna actividad sostenible como reutilización del reciclaje, el 88.1% manifestó que si, y el 11.9% , no

Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

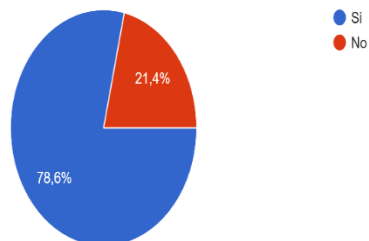
¿En alguna ocasión ha sido participe de la comercialización de productos de segunda mano?  
42 respuestas



A los encuestados se les preguntó si han participado en la comercialización de productos de segunda mano, el 60% contesto

Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

¿Conoce los beneficios del comercio de productos de segunda mano?  
42 respuestas

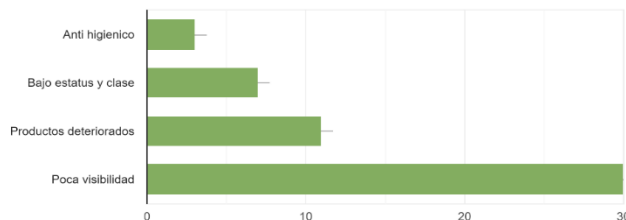


A la pregunta si se conoce los beneficios de productos de segunda mano, , el 78.6% manifestó que si, y el 21.4% , no

Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

Sobre la pregunta al comercio de productos de segunda mano, cual es la que más se asocia. 30 respondieron que poca visibilidad y 10 productos deteriorados

¿De las siguientes opciones cuales asocia con el comercio de productos de segunda mano?  
42 respuestas



Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores



Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

¿Qué lo motivaría a optar por comprar productos de segunda mano?

42 respuestas

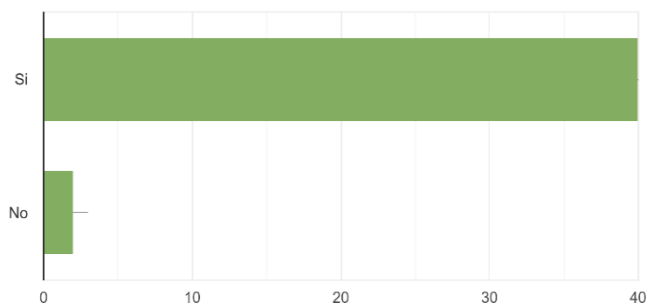


El 50% de los encuestados manifestó que lo motiva a comprar productos de segunda mano, contribuir a la reducción de la contaminación, y el 21.8% precios bajos

Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

¿En caso de mejorar las opciones anteriores, consideraría apoyar la compra de productos de segunda mano?

42 respuestas



El 95.2% de los encuestados manifestó que si apoya la compra de productos d segunda

mano

Fuente; datos tomados de las encuestas. Los autores

## 7. Conclusiones de la encuesta

Se puede concluir que el cambio climático es un hecho real, y está afectando cada vez más, así mismo como aumenta la crisis se puede concluir que se encuentra una conciencia ambiental en la encuesta realizada.

1. Se reconoce que existe crisis ambiental
2. Las personas han tomado conciencia de aplicar las 3R reutilizar, reciclar y reducir
3. Los productos de segunda mano han sido reconocidos como ayuda para el medio ambiente, y no como elemento desechable
4. Se determina que la población desea tener más participación en productos de segunda mano, pero estas no son muy visibles
5. Una de las principales razones de la compra de segunda mano es por contribuir al medio ambiente

### **7.1. Conclusión final**

Este proyecto integra información sobre economía sostenible e innovación con el fin de dar una solución al deterioro ambiental que se está generando con el transcurso del tiempo, debido a la utilización excesiva de materia prima, con el Mercado Sostenible y la economía circular se busca que estos sean más visible y utilizada, ya que una de las causas del deterioro del medio ambiente, es la constante creación de productos que tiene una larga vida pero dejan de ser utilizados y luego son desechados, esto con lleva a que se utilice más materia prima y materiales artificiales que lo que hace es contaminar más el planeta, muchos de estos productos aún tienen vida útil, pero por ese consumismo y la economía lineal que es la más utilizada en esta época, los productos se desechan para adquirir uno que estén a la moda, estos productos desechados se pueden volver a incluir al mercado, reutilizándolo en su totalidad o por partes, algunas empresas ya se están concientizando y ya no están creando algunos de sus productos o accesorios ya que estos tienen larga duración y estas empresas asumen que el consumidor ya tiene dichos productos o accesorios, las compañías que estas optando por este método es, Apple y próximamente se quiere unir Tesla, estas empresas no crearan algunos accesorios para ayudar al medio ambiente.

Con esta investigación se busca ser más conscientes y utilizar más la economía circular y apreciar más los productos reciclables o renovables y concientizar a la población de que se tiene que cuidar a nuestro planeta.

## **Recomendación**

1. Empresa fabricantes de electrodomésticos , de prendas todo esos productos que vienen de mala calidad, que los usas y se dañan muy rápido se han sancionadas de tal manera que los obligue a crear productos de buena calidad para así no utilizar tantos insumos, tanta materia prima
2. Ser más consiente respecto a la realidad en la que se encuentra el planeta y brindarle ayuda, esta ayuda puede ser , utilizando el mercado sostenible y la economía circular por encima de las demás
3. Apoyar más a los productos eco sostenibles
4. utilizar transportes híbridos o eléctricos
5. donar , no votar
6. unirse al comercio justo
7. preferir ropa ecológicas

## 8. Referencia

Alas Cruz, R. E., sf. *Issuu*. [En línea]

Available at: [https://issuu.com/rebecaalas23/docs/trabajo\\_medio\\_ambiente\\_final\\_1/s/12454368](https://issuu.com/rebecaalas23/docs/trabajo_medio_ambiente_final_1/s/12454368)

[Último acceso: 18 Abril 2022].

American Psychological Association, 2020. *APA PsycNet*. [En línea]

Available at: <https://content.apa.org/record/2019-59141-000>

[Último acceso: 1 Octubre 2021].

Armesto, A., 2021. *Scielo*. [En línea]

Available at: <https://www.scielo.br/j/op/a/TFq8mKY7JD44rfJQC4QfBzj/>

[Último acceso: 17 Abril 2022].

Ávila Reyes, N., Navarro, F. & Tapia Ladino, M., 2020. Identity, voice, and agency: Key concepts for an inclusive teaching of writing in the university. *Education Policy Analysis Archives*, 29 Junio.28(98).

Baldacchino, L., 2019. Intuition in Entrepreneurial Cognition. In: Caputo, A., Pellegrini, M (eds). *En: The Anatomy of Entrepreneurial Decisions*. s.l.:Springer, Cham, pp. 29-56.

Banco Mundial, 2022. Banco Mundial. [En línea]

Available at: <https://www.worldbank.org/en/topic/environment>

[Último acceso: 17 Abril 2022].

BBVA, sf. BBVA. [En línea]

Available at: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-medioambiente-y-por-que-es-clave-para-la-vida/>

[Último acceso: 17 Abril 2022].

Borrás, C., 2020. *Ecología Verde*. [En línea]

Available at: <https://www.ecologiaverde.com/las-3r-reducir-reutilizar-y-reciclar-315.html>

[Último acceso: 20 Octubre 2021].

Cabrera Méndez , M., 2010. Introducción a las Fuentes de Información, Valencia: s.n.

Caro Llanos , A. y otros, 2022. E-commerce basado en la comercialización de productos de cuidado personal eco amigables: Eco Care, s.l.: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC.

Cepeda, C. y otros, 2017. El aprovechamiento energético de aceites usados y su contribución a la economía circular mediante el procesamiento en hornos cementeros. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, 10(30).

Clavijo Mantilla , A. M., Lemus Delgado, C. D., Leal Rodríguez, J. T. & Gómez Camacho, M. A., 2021. Estado Actual del Modelo de Negocio de Ropa de Segunda Mano Visto desde una Perspectiva de Economía Circular, en la Localidad de Usaquén - Bogotá, s.l.: s.n.

Clavijo Mantilla, A. M., Lemus Delgado, C. D., Leal Rodríguez, J. T. & Gómez Camacho , M. A., 2021. Estado Actual del Modelo de Negocio de Ropa de Segunda Mano Visto desde una Perspectiva de Economía Circular, en la Localidad de Usaquén - Bogotá, Bogotá: s.n.

Esteban Nieto, N. T., 2018. Core.ac. [En línea]  
Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>  
[Último acceso: 11 Abril 2022].

Fernández Muerza, A., 2012. Consumer.es. [En línea]  
Available at: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/reducir-reutilizar-y-reciclar-como-hacerlo-bien.html>  
[Último acceso: Octubre 2021].

Hammer, D., Melhuish, E. & Howard, S. J., 2017. Do aspects of social, emotional and behavioural development in the pre-school period predict later cognitive and academic attainment?. Australian Journal of Education, 27 Noviembre, 61(3), pp. 270-287.

Hernandez , J., sf. Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Academia, p. 9.

Méndez Caicedo, M. M., 2020. Marketing ecológico: Incidencia del empaque biodegradable en el proceso de decisión de compra de productos de repostería en la localidad de Chapinero, Bogotá: s.n.

Monteiro, T. A., Giuliani, A. C., Cavazos Arroyo, J. & Kassouf Pizzinatto, N., 2015. Mezcla del Marketing Verde: Una Perspectiva Teórica. Redalyc.org, 9 Marzo, Issue 17, pp. 103-126.

Montijano Serrano, B., 2013. En línea: Leer y escribir en la red. Barcelona: Anagrama. REvista de Investigación y Comunicación de Experiencias Educativas, 15(1), pp. 206-206.

Nava Bautista, J. V., Carapia Carapia, A. L. & Vidal García, F., 2013. Inecol. [En línea]  
Available at: <https://inecol.mx/inecol/index.php/es/17-ciencia-hoy/413-las-tres-r-una-opcion->

para-cuidar-nuestro-planeta

[Último acceso: Octubre 2021].

Navia & Villada, 2015. Marketing Ecológico: Incidencia del Empaque Biodegradable, s.l.: s.n.

Nichols, M., 2022. Euronews. [En línea] Available at: <https://es.euronews.com/2022/01/21/onu-guterres>

[Último acceso: 18 Abril 2022].

Paño Yáñez, P., 2021. “Viabilidad de la economía circular en países no industrializados y su ajuste a una propuesta de economías transformadoras. Un acercamiento al escenario latinoamericano.. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 22 Enero, Issue 101, pp. 289-323.

Pérez Ibarra, R. E., 2021. Capitulo 2 Desarrollo Sostenible: Evolución y Estudio. En: Q. S. d. R. d. CV, ed. Evolución de constructos en Psicología Ejemplos y Aportes Conceptuales. Hermosillo: Qartuppi S de RL de CV, pp. 5-219.

Ramírez Hernández, O., 2015. Identificación de problemáticas ambientales en Colombia a partir de la percepción social de estudiantes universitarios localizados en diferentes zonas del país. Revista Internacional de Contaminación Ambiental, Agosto.31(.3).

Sanz Cabrerros, E., 2021. Actitudes y comportamiento de los particulares en el mercado de segunda mano: Análisis de compradores y vendedores , Valladolid: s.n.



Viñoles Cebolla, R., Díaz Jiménez, P., Pacheco Blanco, B. & Bastante Ceca, M. J., 2011. Herramientas de ecodiseño para reducir el impacto ambiental y plantear estrategias de mejora en la edificación. cubiertas y fachadas verdes. Valencia, s.n.

Vivas Paspuel, D., Tapia, M. J. & Sandoval, D., 2021. El concepto de desarrollo sostenible y su papel en la solución de los problemas. Revista Ingenio, 7 Septiembre, 4(2), pp. 46-52.

Zapata Torres, J. & Céspedes, L., 2010. Relación entre el desarrollo de políticas de responsabilidad social empresarial e imagen corporativa, Bogotá: s.n.

Zuñiga Prieto, M. d. A., 2021. Diseñar una propuesta para implementar una unidad de negocios dedicada a la comercialización de productos descartables, Eco-amigables, para el consumo de alimentos en la ciudad de Cuenca, Cuenca : s.n.

Dr. Mario Herrera Castellanos Docente Postgrado de Pediatría Hospital Roosevelt

Referencia: [http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213](http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213)

## 9. Anexo

### 9.1 Diseño de Herramienta Encuesta

1. ¿Tiene usted conocimiento de la problemática ambiental actual?
  - a. Sí
  - b. No
2. ¿Contribuye usted con alguna actividad sostenible, como reutilización, reciclaje y reducción? ¿Cuál?
  - a. Sí
  - b. No
3. ¿En alguna ocasión ha sido participe de la comercialización de productos de segunda mano?
  - a. Sí
  - b. No
4. ¿Conoce los beneficios del comercio de productos de segunda mano?
  - a. Sí
  - b. No
5. ¿De las siguientes opciones cuales asocia con el comercio de productos de segunda mano?
  - a. Anti higiénico
  - b. Bajo estatus y clase
  - c. Productos deteriorados
  - d. Establecimientos mal cuidados
  - e. Poca visibilidad

6. ¿Qué lo motivaría a optar por comprar productos de segunda mano?
  - a. Respaldo en la calidad de los productos
  - b. Facilidad de acceso a compra digital
  - c. Buena imagen y reputación
  - d. Variedad de artículos
  - e. Diseño del establecimiento
  - f. Precios bajos
  - g. Contribuir a la reducción de contaminación
  - h. Colección de objetos
  - i. Apoyo a emprendimientos
  - j. Higiene
  
7. ¿En caso de mejorar las opciones anteriores, consideraría apoyar la compra de productos de segunda mano? ¿Por qué?
  - a. Sí
  - b. No

