

CENTROABASTOS S.A
SOSTENIBLE



***PLAN
DESARROLLO
2024-2028***

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
Capítulo 1. Enfoque Metodológico.....	6
Capítulo 2. Análisis Diagnóstico	
2.1 Análisis PESTEL / DOFA.....	24
2.2 Entrevistas con la Alta Dirección.....	56
2.3 Encuestas a usuarios arrendatarios.....	120
Capítulo 3. Análisis de Materialidad - Objetivos de Desarrollo Sostenible	
3.1 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	125
3.2 Análisis de Materialidad.....	187
Capítulo 4. Planteamiento Estratégico Centroabastos S.A.	
4.1 Misión.....	209
4.2 Visión.....	209
4.3 Objetivos Estratégicos.....	210
4.4 Mapa de Procesos.....	211
4.5 Despliegue de Objetivos Estratégicos.....	212
4.6 Seguimiento y medición de Objetivos Estratégicos y sus Acciones Estratégica.....	217
4.7 Plan de Aporte de las Acciones Estratégicas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	224

Capítulo 5. Despliegue Operativo de las Acciones Estratégicas

5.1	Gestión Ambiental.....	237
5.2	Gestión de Seguridad y Salud.....	240
5.3	Gestión de Proyectos y Mantenimiento.....	242
5.4	Gestión Financiera.....	244
5.5	Gestión Jurídica y Legal.....	245
5.6	Gestión Tecnológica.....	247
5.7	Gestión Humana.....	249
5.8	Gestión Operativa.....	251
5.9	Gestión de Servicios Complementarios.....	252
5.10	Gestión de Calidad.....	253
5.11	Gestión Gerencial - Comercial.....	254

Capítulo 5. Bibliografía.....	257
--------------------------------------	------------

INTRODUCCIÓN

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados Miembros que la suscribieron y será la guía de referencia para el trabajo de la institución en pos de esta visión durante los próximos años.

Esta nueva hoja de ruta presenta una oportunidad histórica para América Latina y el Caribe, ya que incluye temas altamente prioritarios para la región, como la erradicación de la pobreza extrema, la reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones, un crecimiento económico inclusivo con trabajo decente para todos, ciudades sostenibles y cambio climático, entre otros.

El conocimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) asociados a esta Agenda ayuda a evaluar el punto de partida de los países de la región y a analizar y formular los medios para alcanzar esta nueva visión del desarrollo sostenible, que se expresó de manera colectiva y quedó plasmada en la Agenda 2030.

Los ODS también son una herramienta de planificación y seguimiento para los países, tanto a nivel nacional como local. Gracias a su visión a largo plazo, constituirán un apoyo para cada país en su senda hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación.

La Agenda 2030 es una agenda civilizatoria, que pone la dignidad y la igualdad de las personas en el centro. Al ser ambiciosa y visionaria, requiere de la participación de todos los sectores de la sociedad y del Estado para su implementación.

Por lo tanto, se invita a los representantes de los Gobiernos, la sociedad civil, el ámbito académico y el sector privado a apropiarse de esta ambiciosa agenda, a debatirla y a utilizarla como una herramienta para la creación de sociedades inclusivas y justas, al servicio de las personas de hoy y de futuras generaciones.

Alicia Bárcena

Secretaria Ejecutiva Comisión Económica para América Latina y el
Caribe (CEPAL)

1. ENFOQUE METODOLÓGICO

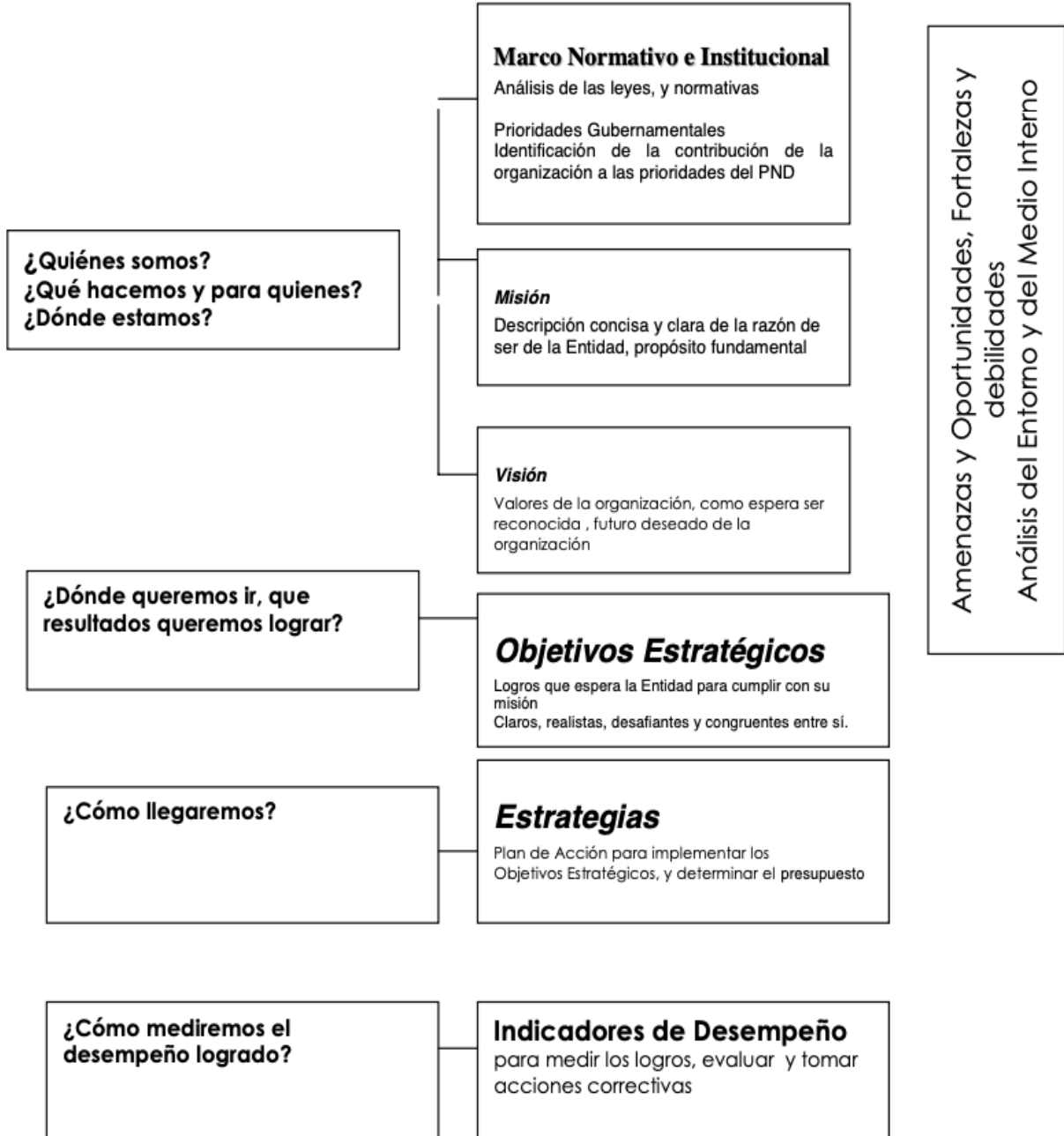
En este capítulo se busca desarrollar los componentes asociados al concepto de planeación estratégica, la cual según Armijo (2009) consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la Planeación Estratégica es una herramienta clave para la toma de decisiones.

Cuando se logra establecer las condiciones actuales mediante el análisis diagnóstico de una organización, a través de la planeación estratégica se cuenta con las herramientas adecuadas para definir cuáles son las actividades que se deben implementar para lograr el “punto organizacional deseado” independientemente del plazo en que se pretenda llegar.

Componentes del Proceso de Planeación Estratégica

A continuación se muestra un esquema que resume los componentes de la planeación estratégica a partir de la misión, visión, objetivos estratégicos, estrategias e indicadores de desempeño:

Esquema No. 1. Planeación Estratégica



Cada uno de los componentes de la planeación estratégica se describen a continuación:

a. Misión:

¿Quiénes somos, Qué hacemos, para quiénes?

La misión es una descripción de la razón de ser de la organización, establece su “quehacer” institucional, los bienes y servicios que entrega, las funciones principales que la distinguen y la hacen diferente de otras instituciones y justifican su existencia.

Una correcta definición de la Misión debe contener:

- Cuál es el propósito de la Organización
- Qué hace: descripción de los Productos Finales (Bienes y servicios que entrega)
- Para quiénes: identificación de los Usuarios o beneficiarios a quiénes van dirigidos los productos finales (bienes y servicios)
- Cuál es el efecto que se espera lograr: (resultado final) en la población objetivo a la que se dirige su accionar, a través de los productos provistos. El quehacer de la institución que genera el valor público de la entidad y el plazo en que se espera proveer.

La Misión puede ser un ejercicio tanto de identificación o definición de la misma, como de revisión y a veces actualización.

El ejercicio de trabajar con la Misión está circunscrito al ámbito de decisiones directivas, en los más altos niveles de responsabilidad organizacional, dado que enmarca los productos y los resultados por los cuales la organización debe responder a sus usuarios y a la ciudadanía.

De esta manera, antes de comenzar cualquier ejercicio alrededor de la misión institucional es clave que sus máximas autoridades estén involucradas, liderando el proceso y validando los compromisos que surjan. Si no es posible contar con este liderazgo, la experiencia indica que es mejor no seguir, dado que los recursos de tiempo son valiosos y la misión requiere validación, asimismo el comenzar con un ejercicio alrededor de la Misión, genera expectativas.

¿Quiénes participan en la formulación de la misión?

El ejercicio de trabajar con la Misión está circunscrito al ámbito de decisiones directivas, en los más altos niveles de responsabilidad organizacional, dado que señala los productos terminales y los resultados por los cuales la organización debe responder a sus usuarios y a la ciudadanía.

De esta manera antes de comenzar cualquier ejercicio de formulación de la “misión” ya sea del Ministerio, Programa, Entidad, etc., es fundamental que sus máximas autoridades estén involucradas, liderando el proceso y validando los compromisos que surjan.

La elaboración de la misión de una entidad, programa, unidad, etc. debe tener en cuenta la Misión del nivel organizacional más alto al que

corresponda. Esto, permite hacer coherente los propósitos de cada uno de los ámbitos de la organización. Asimismo, permitirá posteriormente construir los indicadores en cascada que facilitan la integración entre los diferentes niveles de toma de decisiones.

La experiencia da cuenta que no es posible dar recetas respecto de quienes participan en la formulación de la misión, no obstante, hay que distinguir en lo que es la formulación y aprobación propiamente tal y la comunicación de ésta.

Podemos hablar desde una participación en el proceso de creación y aprobación de la misión, hasta una participación que sea tipo consultivo y cuyo fin sea recoger la opinión a fin de comunicar las tendencias y orientaciones por donde se dirige la nueva misión.

En este caso es conveniente que en el proceso de comunicación se incluyan a otros posibles participantes tales como funcionarios Públicos, la comunidad (para niveles locales, por ejemplo); a los usuarios y otros grupos de interés.

b. Visión:

¿Cómo queremos ser reconocidos?: La visión corresponde al futuro deseado de la organización. Se refiere a cómo quiere ser reconocida la entidad, representa los valores con los cuales se fundamentará su accionar público.

Pasos Básicos para la identificación de la Visión

¿Cómo se redacta?: Puede ser más amplia que la Misión Institucional, y debe contener aspectos que permitan a los usuarios ciudadanos identificar que pueden esperar de la Entidad en cuanto a valores, creación de oportunidades, proyección, etc.

Se debe evitar repetir las funciones, y los productos que caracterizan la definición de la misión. Asimismo, no deberían señalarse aquellos aspectos relacionados con los proyectos de modernización de corto plazo.

¿Qué no debe faltar?

- Los valores de la entidad
- Cómo quiere ser vista o percibida la institución en el futuro

Importancia de la declaración de Visión para la gestión institucional:

- Compromete públicamente las aspiraciones institucionales, dando un efecto de cohesión a la organización
- Permite distinguir y visualizar el carácter público y cómo la intervención gubernamental se justifica desde el punto de vista de lo que entrega a la sociedad

- Complementa el efecto comunicacional de la misión y enmarca el quehacer institucional en los valores que la sociedad espera de la entidad pública.

c. Objetivos Estratégicos

Los objetivos estratégicos, constituyen el siguiente paso a definir, una vez que se ha establecido cuál es la Misión. La pregunta a responder es:

¿Dónde queremos ir? ¿Qué resultados esperamos lograr?

Los objetivos estratégicos son los logros que la entidad pública, ministerio u órgano, espera concretar en un plazo determinado (mayor de un año), para el cumplimiento de su misión de forma eficiente y eficaz.

De las distintas definiciones de objetivos estratégicos empleadas en los manuales metodológicos de varios países, es posible distinguir las siguientes características:

- Se vinculan directamente con la misión
- Están orientados a definir los resultados esperados para concretar la misión en un período determinado de tiempo
- Expresan las variables relevantes o críticas del desempeño esperado y éstas son la base para la definición de indicadores de resultado final o impacto

- Constituyen el instrumento principal para establecer los cursos de acción preferentes en un plazo determinado (en general a mediano plazo), sobre los cuales se establecen los grandes ítems de los recursos necesarios.

Análisis de los aspectos internos y externos a la Entidad

Un paso fundamental que la metodología de Planeación Estratégica provee para la definición de los Objetivos Estratégicos tiene que ver con el antiguo y clásico análisis del ambiente externo y del ámbito interno, o también denominado “DOFA”. Este básicamente consiste en un análisis de las brechas institucionales que deben ser intervenidas por la entidad para el logro de los objetivos. Pueden ser producto de debilidades organizacionales, o bien de eventuales brechas que surgirán para enfrentar nuevos desafíos. Este análisis DOFA permite realizar un diagnóstico dinámico de la institución.

Lo importante a tener en cuenta es que antes de comprometerse a obtener un tipo de resultado, es fundamental analizar si la organización estará en condiciones de asumir con dicho desafío.

Si partimos de la base que los Objetivos Estratégicos son la declaración de qué resultados queremos lograr como organización para cumplir con nuestra misión, nos estamos enfrentando a la necesidad de abordar

ciertas restricciones institucionales, financieras, o bien a cómo aprovechar ciertas condiciones favorables a la entidad para optimizar el logro de dichos resultados.

El tipo de restricciones pueden provenir tanto desde la propia organización (que en este caso convencionalmente se han denominado “debilidades”), o bien desde el ambiente externo, que también se conocen mejor como amenazas. Desde el punto de vista de las condiciones favorables, éstas también pueden provenir desde el ámbito interno que en general se las ha denominado como “fortalezas”, o del ambiente externo o entorno a la organización u “oportunidades”.

Por otro lado el tipo de desempeño que se espera logre la institución, tiene ciertas características, y dentro de las más importantes es que responda no solo al cumplimiento de sus objetivos (eficacia) sino también que lo haga al mínimo costo (o sea con un aprovechamiento pleno de los recursos que se le han encomendado), y además, que dicho desempeño garantice el cumplimiento de ciertos estándares y expectativas de los usuarios en la política pública, los bienes y servicios entregados, etc., es decir que sea de calidad.

También debe asegurar que el manejo de los recursos haya sido con “economía”, es decir si tuvo que hacer una compra, asegurar que fue al mejor precio, asimismo si se trata de administrar el programa, la idea es que los gastos administrativos estén en un determinado estándar.

De esta manera para definir el QUE debe hacer una institución, tiene

ciertos requisitos y ciertas complejidades no menores. Si a esto le sumamos que el rol del gestor en la mayor parte de los países latinoamericanos tiene escasa flexibilidad para tomar decisiones respecto de contrataciones, de compras, de ahorros, etc., es decir no es un “gerente”, pero se le pide que actúe como tal, podemos entender por qué en la mayor parte de los casos los objetivos estratégicos que redactan las entidades son un listado de funciones permanentes, con muy poca capacidad de innovación y desafíos.

Sin embargo, esta situación no debiera ser obstáculo para que las entidades no se esfuercen en esta búsqueda de su qué hacer, finalmente de acuerdo a la experiencia que se ha sistematizado en talleres, cursos y asesorías a gran parte de los países de la región, se constata una gran diferencia cuando una organización tiene o no una buena definición de sus Objetivos Estratégicos. La razón fundamental es que a través de éstos, los directivos Priorizan su gestión. Asimismo disponen de una herramienta clave a la hora de demostrar que con esos recursos ellos están dispuestos a lograr esos resultados.

¿Cómo se redactan los objetivos estratégicos?

- Señalar la expresión de logro, evidenciar el cambio o transformación que se espera con las políticas a cargo de la Institución, como por ejemplo: o Mejorar los estándares de competitividad, disminuir niveles de pobreza, garantizar niveles de seguridad, etc.

- Evitar su redacción en términos de “Contribuir”, “Fomentar”, “Procurar”
- Responder a la ciudadanía hacia dónde se dirigen los recursos asignados de la Institución en su globalidad.
- Responder a un problema o aspecto específico relacionado con el cumplimiento de la misión.
- Responder sobre el Beneficio esperado para los usuarios a los cuales van dirigidas las políticas y/o programas de la institución
- Permitir a los usuarios y/o beneficiarios conocer hacia donde se dirige la priorización de los recursos presupuestarios.

Importancia de los Objetivos Estratégicos para la gestión institucional

Los objetivos estratégicos constituyen la base para el establecimiento de los indicadores que permitirán medir el avance de las acciones gubernamentales hacia los resultados.

- El objetivo estratégico permite constatar la intención de un cambio o transformación en la calidad, eficiencia, economía, o resultado en los productos con los cuales se relaciona
- El objetivo estratégico, debe expresarse en términos concretos de

resultados esperados y no ser establecidos en términos de funciones permanentes del Programa.

Los objetivos estratégicos deben ser monitoreados y evaluados a través de indicadores. Tanto la institución como los usuarios deben conocer el progreso que tienen las entidades y los programas en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, dado que allí están depositadas las prioridades en la asignación de los recursos. Desde esta perspectiva, es fundamental considerar los diferentes niveles decisionales de la organización y procurar la coordinación entre los diferentes niveles de objetivos estratégicos.

Un aspecto que es necesario cuidar en un proceso de planeación estratégica, es la coherencia que debe darse entre los distintos niveles de decisión y los objetivos estratégicos que se definan. Si la Entidad como un todo (Ministerio, Entidad Descentralizada, etc.), fija un conjunto de Objetivos Estratégicos para un plazo determinado, éstos deben ser los referentes a tener en cuenta, por los Programas que dependen de éstas Entidades, ya sean Ministerios, Secretaría, Entidades Autónomas, etc.

d. Estrategias y Planes de Acción

¿Cómo puedo alcanzar los objetivos o cómo puedo llegar a los resultados esperados?

Estrategias:

Las estrategias son las directrices que ayudan a elegir las acciones adecuadas para alcanzar las metas de la organización. Permiten la definición de las metas, los Programas y planes de acción y la base para las prioridades en la asignación de recursos.

Las Estrategias proporcionan una base para la toma de decisiones respecto de los cursos de acción propuestos, tal como puede apreciarse en el cuadro que sigue:

Objetivo Estratégico 1:

Mejorar los tiempos de respuesta de tramitación de la entrega de pensiones

Objetivo Estratégico 2:

Mejorar la posición financiera de la organización

Estrategias:

1. Impulsar el cambio tecnológico y capacitación
2. Impulsar política de recuperación de cobranzas

No es posible desarrollar las estrategias (cómo lograré lo que me propuesto como objetivo), sin conocer el nivel de desempeño esperado (o sea las metas) y como voy a medirlas (o sea los indicadores)

Una vez que se han definido a grandes rasgos los Indicadores para hacer el seguimiento y el monitoreo de los factores críticos de éxito o aspectos relevantes de la misión y objetivos estratégicos, es necesario establecer cuáles serán los cursos de acción que permitirán alcanzar los resultados esperados.

Los planes de acción o el conjunto de tareas que la organización establecerá para alcanzar los resultados, tiene que facilitar el cierre de las brechas que existan entre la situación actual y la situación deseada.

Tal como lo menciona Moore (277), “La reflexión sobre el valor público nos lleva a aquello que muchos consideran como la esencia de la gestión: el despliegue consciente y especializado de capacidades legales, financieras, materiales y humanas para obtener resultados concretos. Una cualidad esencial en los directivos es la clarividencia en sus objetivos, así como la capacidad de conseguir recursos para sus organizaciones. Sin embargo, la esencia de la gestión reside en la implementación de lo que se quiere conseguir”

Una estrategia “curso de acción”, es una decisión que tiene que ser tomada con máxima precaución y con el acuerdo del equipo directivo.

Los diferentes tipos de estrategias deben considerar aspectos como por ejemplo:

- Posición de la institución respecto de la competencia o de entidades similares (respecto de los costos, coberturas, satisfacción de los clientes, etc.)
- Análisis de los productos (bienes y servicios): costo, cobertura geográfica, tecnología utilizada, etc.
- Análisis de los usuarios: nivel de satisfacción, capacidad de cubrir la demanda potencial, etc.

En el ámbito privado las “estrategias de negocios” identifican de 8 a 12 estrategias que una organización debe tener en cuenta al decidir cómo “competir” en su entorno particular:

- a. Concentración de productos o servicios existentes
- b. Desarrollo del mercado y/o producto
- c. Concentración en innovación/tecnología
- d. Integración vertical/horizontal
- e. Desarrollo de joint ventures
- f. Diversificación
- g. Atrincheramiento/retorno completo, básicamente a través de la reducción de costos

En la literatura de Planificación Estratégica hay diversos ejemplos sobre estrategias en el ámbito militar que también son aplicables a la acción gubernamental. Entre otras se mencionan: Liderar, mantener el objetivo, concentrar la mayor fortaleza en el punto decisivo, adoptar una posición ofensiva y mantener la movilidad, seguir la línea de mejor resistencia, lograr seguridad, asegurarse de que todo el personal cumpla con su parte.

Una vez que tengo determinadas las estrategias preliminares que voy a seguir, es importante definir en base a las metas que he establecido para los indicadores estratégicos, cuán lejos o cerca está mi organización de alcanzarlos con los recursos previstos, con las capacidades de recursos humanos, con la tecnología que puedo disponer, etc.

Para determinar cuán lejos o cerca estoy de alcanzar mis objetivos a través de estas estrategias debo volver al análisis que realicé de mis Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

Planes de Acción

Los planes de acción se realizan una vez que tenemos claro cuáles serán las estrategias que permitirán “cerrar las brechas” entre lo que deseamos alcanzar y las dificultades que enfrena la organización actual y el entorno.

Estos planes son carácter operativo y se desarrollan a nivel de cada una de las unidades o áreas de negocios, centros de responsabilidad que

tienen a cargo la generación de un producto final, y establecen los respectivos requerimientos de recursos humanos y financieros que permiten posteriormente la formulación del presupuesto.

El desarrollo de los planes operativos está claramente determinado por metodologías y procesos que obedecen a reglamentaciones propias de las oficinas de planeación y/o presupuesto.

2. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO

2.1 Análisis del contexto externo aplicando un análisis PESTAL donde se analizan los aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

En talleres realizados con los diferentes líderes de proceso de Centroabastos S.A. se establecen sus percepciones acerca de los aspectos del contexto externo que podrían representar riesgos u oportunidades importantes para la organización en términos de la gestión de la misma, obteniendo como resultados lo siguiente:

POLÍTICOS:

- Afectación a la estrategia de la organización por cambios políticos en Colombia que generen mayores costos laborales, tributarios, entre otros.
- Tendencias políticas globales hacia la generación de estrategias basadas en la lucha contra el cambio climático y la economía circular.

ECONÓMICOS:

- Afectación de la liquidez de Centroabastos S.A. por daños en la estación de servicio, incendios y/o explosión en los tanques de almacenamiento de combustibles y aceites o un siniestro presentado en nuestros vecinos Terpel o envasadora de gas propano.

- Lectura o respuesta inadecuada a los cambios del mercado que se puedan presentar.
- Cambios en la comercialización de productos a través de herramientas digitales.
- Rezago o falta de conocimiento de los cambios económicos en el entorno que puedan afectar la capacidad de competir de Centroabastos S.A.
- Falta de innovación de productos y servicios para hacer económicamente atractiva la oferta de servicios para los clientes.

SOCIALES:

- Alta demanda de los perfiles del personal requerido por la organización para el cumplimiento de sus objetivos.
- Proliferación de noticias falsas y/o negativas que puedan afectar la imagen corporativa.
- Falta de oferta de personal con las competencias esperadas por Centroabastos S.A.
- Baja estabilidad del personal joven en la actualidad dificultando la retención de personal clave.

TECNOLÓGICOS:

- Infiltración de un malware en nuestro sistema de información y/o plataformas bancarias que genere daños, hurtos de información a la red interna o estafas en las cuentas bancarias.
- Ataque de vulnerabilidades en la seguridad de la información (tanto física como digital) afectando la información de clientes y accionistas en cuando a su confidencialidad, integridad y/o

disponibilidad.

- Colapso de servidor principal y/o satélites por ataques externos que puedan afectar las operaciones por dañoso averías.

AMBIENTALES:

- Incremento en los requisitos ambientales y las sanciones por su incumplimiento.
- Mayor preocupación de la sociedad en general por evitar la contaminación ambiental y generación de acciones en la lucha contra el cambio climático.

LEGALES

- Fortalecimiento de los requisitos legales en temas de gestión ética y prevención del lavado de activos, financiación del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva.
- Permanentes cambios legales en temas de seguridad y salud en el trabajo y gestión ambiental.
- Requisitos legales aplicables en materia de gestión de datos personales.
- Legislación relacionada con la accesibilidad para personas con discapacidad.

2.1.1 Análisis del contexto Potencial Turístico de los mercados agroalimentarios. En este punto se toman los resultados del análisis realizado por la organización en aspectos turísticos manejados en varios mercado a nivel mundial como los siguientes:

TURQUÍA

La República de Turquía ocupa el extremo oriental de la península de los Balcanes en Europa su superficie es de 783.562 km^2 , el número de pobladores llega a la cifra de 80.810.525 (julio 2018). Turquía limita al norte con Bulgaria y el mar Negro; al noroeste con Georgia y Armenia; al este con Irán; al sur con Irak, Siria y el Mediterráneo; y al oeste con el mar Egeo y Grecia. Su moneda es la Lira turca (TL), y su capital es Ankara esta ciudad cuenta con 5.445.026 habitantes, y las siguientes ciudades la preceden como principales del país: Estambul 15.029.231, Izmir 4.279.677; Bursa 2.936.803; Adana 2.216.475 de habitantes. (Gobierno de España, 2017).

El gran bazar de Estambul (Kapalıçarşı)

El Gran Bazar de Estambul (Kapalıçarşı) es uno de los mercados más grandes y antiguos del mundo siendo de los mejores lugares de la ciudad para hacer compras de artesanía, joyas y ropa. “El área cubierta donde se encuentra el mercado tiene 45.000 metros cuadrados y en él trabajan unas 20.000 personas. El número de visitantes diarios oscila entre los 300.000 y los 500.000 dependiendo de la época. El Gran Bazar de Estambul cuenta con más de 3.600 tiendas que se distribuyen en 64 calles. Para acceder al recinto hay 22 puertas.” (civitas Estambul, s.f.)



“Los orígenes del Gran Bazar se remontan a la época de Mehmed II, cuando en 1455 construyó cerca de su palacio el antiguo bazar (Eski Bedesten)”.(civitatis Estambul, s.f.) Está Ubicado entre Nuruosmaniye, Mercan y Beyazit, su horario de atención es de lunes a sábado de 8:30 a 19:30horas, los domingos no se abre.

El bazar de las especias

El Bazar de las Especias, también llamado Bazar Egipcio (Mısır Çarşısı), es uno de los mercados más antiguos de Estambul y uno de los mejores lugares de la ciudad para comprar productos típicos como especias, dulces o frutos secos. Se encuentra en Eminönü, a escasos pasos del Puente de Gálata. El Bazar Egipcio está construido en forma de L y

cuenta con 6 puertas de entrada, es un mercado muy colorido y los tenderos decoran sus puestos de tal forma que visitarlo es un placer para los sentidos.



Los inicios del Bazar de las Especies se remontan a 1663. Se construyó al mismo tiempo que la Nueva Mezquita y adyacente a ésta con el objetivo de mantenerla económicamente. El nombre de Bazar Egipto proviene de cuando Estambul marcaba el final de la ruta de la seda y era el centro de distribución de toda Europa, de hecho, desde el siglo XIII ya comerciaba especias con Venecia. Durante el siglo XV, las especias llegaban de la India y el sudeste asiático hasta Egipto, y desde aquí a Estambul por el Mar Mediterráneo, se encuentra ubicado en Misir Carsisi (junto al Puente Gálata) el horario de atención al público es de lunes a sábado de 9:00 a 19:00 horas y los domingos permanece cerrado.

ESTADOS UNIDOS (Farmerk Markets)



En Estados Unidos los Farmerk Markets que traducido es mercado de los agricultores, tienen como objetivo facilitar a los consumidores productos frescos, sin intermediarios, es decir producidos y comercializados directamente por el agricultor. Dichos mercados generalmente se instalan como cabinas o tiendas con mesas en donde se exhiben las frutas, verduras, quesos, etc. Productos 100% naturales sin ningún tipo de proceso químico.

Algunos ejemplos de los mejores mercados en Estado Unidos son:

Union Square Greenmarket



(Union Square Greenmarket, Nueva York © canarsiebk, 2018)

Fundado en el año 1976 y ubicado en la ciudad de Nueva York, presta su servicio con una amplia variedad de productos, cuenta con 140 puestos entre agricultores, pescadores, y panaderos regionales. En este lugar los consumidores pueden adquirir alimentos completamente frescos además de disfrutar de una amplia selección de flores vinos y mermeladas, listos para ser degustados.

Mercado de Agricultores de Portland



Es un mercado móvil, llevado a cabo todos los sábados del año dentro del Campus de la Universidad Estatal de Portland, alrededor de 150 agricultores y productores de la región se agrupan para ofertar productos, frescos y caseros típicos del sector; además se pueden encontrar gran variedad de comidas extranjeras.

Mercado de Granjeros de Santa Fe

Es uno de los mercados de Granjeros más grandes de Estados Unidos en donde más de 150 proveedores cuentan con cientos de productos cultivados localmente con un sabor distintivo del Suroeste. En este lugar es posible encontrar productos como el maíz dulce y el chile amarillo, hasta las salchichas de búfalo y la miel de cactus de mezquite, y en temporadas de cosecha se ofertan diferentes tipos de plantas y flores.



Mercado dulce de Auburn Curb



“Ubicado en el extremo este del área del centro de la ciudad, el mercado cuenta con más de 20 vendedores que ofrecen desde productos frescos, carne y mariscos, hasta productos horneados, como el pastel de queso con batata. Haga una parada para almorzar y degustar la comida de los restaurantes más populares de la ciudad, como Bell Street Burritos, Sweet Auburn BBQ y las arepas colombianas de Arepa Mia”.

GUATEMALA MERCADO DE CHICHICASTENANGO



Está ubicado en la plaza principal de la localidad y siendo uno de los más famosos de Guatemala, abre sus puertas a residentes y turistas que buscan realizar sus compras, o simplemente curiosar; dentro de sus puestos es posible encontrar comidas típicas de la región, frutas, verduras, y coloridas artesanías realizadas por los Mayas, los días fuertes son el jueves y el domingo.

MÉXICO CENTRAL DE ABASTOS CDMX

Se encuentra ubicada en la delegación Iztapalapa del Distrito Federal, cuenta con 327 hectáreas, 122.000 toneladas de mercancías diversas, 70.000 empleados, y un movimiento económico de 8 a 9 mil millones de dólares al año es considerada por la Unión Mundial de Mercados Mayoristas como el centro mayorista de productos de a uno, allí se encuentran las zonas de descarga y almacenamiento, luego se lleva una parte de los productos a las bioconsumo más grande del mundo. El proceso de manejo de los productos comienza en un primer sector de subastas y productores ubicada al norte de la CEDA con 106 lotes con una extensión de 800 a 1.706 metros cuadrados cadenas de transferencia, para su posterior exportación o distribución local según corresponda; los productos disponibles para la venta al mayoreo y menudeo se encuentran distribuidos en 4 sectores así:

- Abarrotes y víveres – Nacionales e importados
- Frutas y legumbres - Nacionales e importados
- Estos dos anteriores cuentan con 1.981 bodegas y 1.242 locales comerciales.
- Aves y Cárnicos: Cuenta con 95 Bodegas y 72 locales.
- Flores y hortalizas: con un movimiento de ventas en este sector de 24.000 toneladas.



En su infraestructura, en cuanto a seguridad pública, cuenta con un moderno sistema de seguridad de 457 cámaras conectadas directamente con el grupo centinela, quienes vigilan las 24 horas del día, así como un grupo denominado lince de patrullas motorizadas, también tienen un equipo de protección civil activo los 365 días del año y 51 bomberos equipados con herramientas de protección y carros bomba, tanque, y motobomba, disponibles para atender cualquier emergencia.

En cuestión vial, existen 3.224 cajones de estacionamiento seguros, con 8 estacionamientos abiertos las 24 horas del día y 8 estacionamientos aéreos; además de tener su propio servicio de CEDA BUS, rutas que recorren la central y facilitan la movilidad de los visitantes con horario de 5:00AM a 8:00PM y una frecuencia de 7 minutos.

BRASIL

Mercado Municipal” Sao Paulo Brasil



“Fundado en 1928 como un tributo al desarrollo urbano que la ciudad estaba experimentando debido al exitoso comercio del café. Después de más de 75 años, todavía sigue impresionando su impecable imagen histórica.

Cuenta con más de 300 puestos con productos entre frutas, verduras, quesos, lácteos, carnes, pescados, cafés y panes, además de bares y restaurantes, frecuentados no solo por personas de la región sino también por turistas que buscan acercarse a conocer un poco de la cultura y la tradición del país.

Su horario de atención es de lunes a sábado de 6:00AM a 6:00PM y el domingo y días festivos se abre de 6:00AM a 4:00PM.

ARGENTINA

Plaza de Mercado San Telmo



“El Mercado de San Telmo fue inaugurado en febrero de 1897 con el objetivo de abastecer con los víveres necesarios a la nueva ola de inmigrantes que llegaba a la ciudad desde el Viejo Continente” San Telmo lugar turístico bohemio que reúne a muchos artistas del tango y el fileteado; dentro existen estaciones de comidas y bebidas, además de variedad de tiendas de antigüedades, artículos para el hogar, cuadros, juguetes de antaño, y muchos productos más se mezclan con la riqueza del mercado de frutas, verduras y especias cultivadas en la región, generando atracción de la población del lugar y de los turistas. Su horario de atención es de martes a viernes de 10:30AM a 7:30PM, los sábados, domingos y feriados de 9:00AM a 8:00PM.

CHILE - Santiago De Chile

Plaza de Mercado “Mercado Central”



Inaugurada el 15 de septiembre del año de 1872, por el presidente de la República Federico Errázuriz Zañartu, esta construcción se encuentra ubicada en las calles de Ismael Valdés Vergara, puente 21 de mayo y San Pablo y a partir del año 1873 comienza a tener grandes transformaciones, que mejoran su aspecto, convirtiéndola en monumento histórico de la Nación.

“Considerado uno de los edificios públicos más hermosos de su época por escala, uso y aplicación tecnológica: el Mercado Central de Santiago representó un hito fundamental en lo que era la periferia norte de la incipiente ciudad. Se construyó al borde de una ribera sur del Río Mapocho, en una explanada, zona que aún estaba poco consolidada, debido a las salidas repentinas del río que tuvieron su fin con el encajonamiento definitivo que se haría durante el gobierno del Presidente José Manuel Balmaceda”.

COLOMBIA

Plaza de Mercado de Paloquemao

Administrada por la corporación de comerciantes plaza de mercado Paloquemao. Comer pal, entidad que fue creada sin ánimo de lucro por diferentes comerciantes de este lugar, y tiene como fin, velar por los intereses gremiales, comerciales, sociales, colectivos, y del medio ambiente. Con su lema “Siempre lo mejor, Siempre fresco” busca posicionarse como la mejor plaza de mercado del país, caracterizándose por su organización, y calidad tanto en la atención como en sus productos.



Su infraestructura está especialmente adaptada para albergar, los miles de diferentes tipos de productos naturales del país. Frutas, verduras, tubérculos, plantas tanto medicinales como decorativas, y variedad de comidas típicas de la región, es posible encontrar en Paloquemao. No es posible asegurar que es la mejor del mundo, pero sí que se esfuerza por liderar en el país, por su distribución organizada y funcional, además de atractiva para el turismo, conociéndose que en el lugar existen tures, denominados “El Tour de la Fruta” y “El Tour de la verdura”.

JAPÓN

Mercado del Pescado



Tsukiji, es un lugar turístico popular en el centro de Tokio, que alberga el Mercado Tsukiji. También se llama la cocina de Japón. ¡Sin embargo, la zona tiene mucho para ver además de los mercados y el sushi! En este

artículo, explicamos cómo disfrutar Tsukiji de una manera amigable incluso para los visitantes primerizos.

El Mercado Tsukiji es un mercado de mariscos, verduras y frutas con la historia más largade Tokio. El mercado se enorgullece especialmente de tener la mayor escala del mundo en transacciones de productos del mar. Tanto el Jonai (mercado interior), donde tienen lugar las subastas, como el Jogai (mercado exterior), un distrito comercial adyacente al mercado, están extremadamente animados con los clientes.

Aunque el Jonai (mercado interno) está programado para reubicarse en el área de Toyosu a fines de 2018 debido al envejecimiento de sus instalaciones, el Jogai (mercado exterior) continuará sus operaciones como de costumbre.

ESPAÑA: El País con más avance en Turismo en las centrales de Abasto

Los mercados, además de marcar el ritmo y la vida de las ciudades, son en ocasiones verdaderas joyas de la arquitectura civil.

Algo tienen los mercados que, además de reunir a sus vecinos, también atraen a turistas llegados de cualquier parte del mundo. De hecho, para muchos viajeros no hay visita completa a una ciudad si no se conoce su mercado, el lugar perfecto donde ver y conocer los productos de cada región, y aprovechar además para llevarse un recuerdo gastronómico.

En España hay un buen número de mercados que merecen nuestra atención, tanto por la vistosidad de sus productos como por sus propios

edificios. Algunos, como el Mercado de San Miguel de Madrid, el Mercado de Colón de Valencia o la Lonja del Barranco de Sevilla, se han convertido en auténticas experiencias gourmet donde los puestos han quedado en un segundo plano, pero otros, como los trece que aquí te traemos, se han mantenido como auténticas plazas de abastos donde, aunque siempre se puede picar algo, las fruterías, verdulerías, queserías, chacinerías, pescaderías o carnicerías siguen siendo sus principales protagonistas.

La Boquería, Barcelona



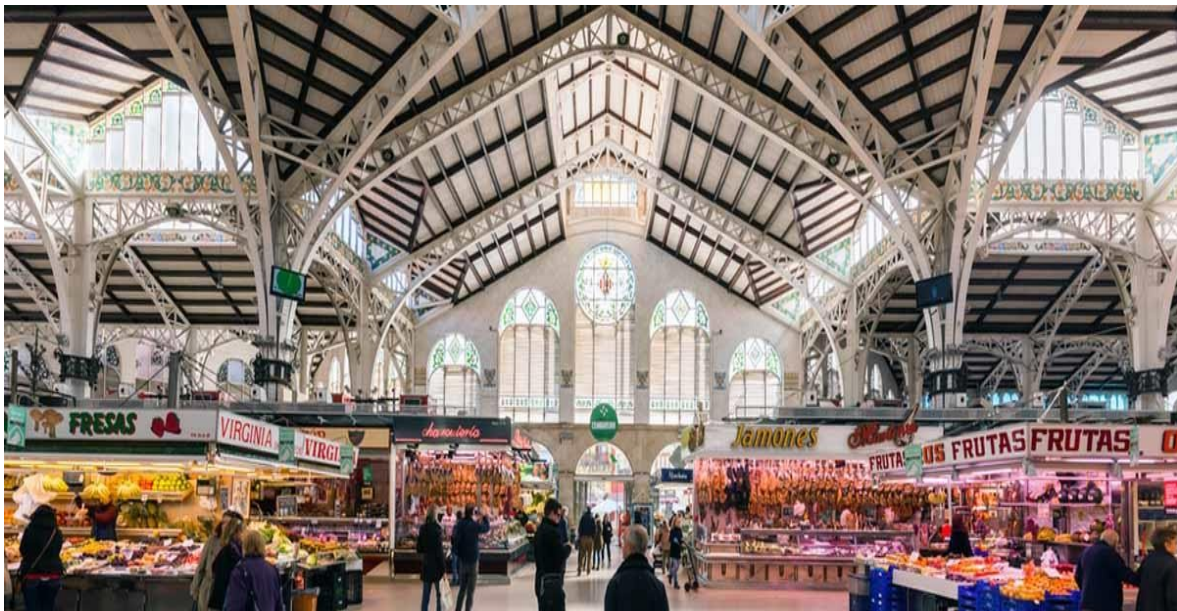
Sus orígenes datan de aquella época en donde eran expuestos todos los días los productos frutos de la agricultura al aire libre con el fin de evitar el impuesto de mercancías, el mercado fue instalado fuera de las murallas, en los terrenos antiguos del Convento de San José. La infraestructura conocida hoy día se inició a construir en 1840, y generó

una ruptura de creencias generando una adaptación a nuevos tiempos; una vez finalizada la obra fue inaugurada en el año de 1914.

En este lugar es posible encontrar todo tipo de comida y alimentos exóticos, siendo transformado en un espacio social y gastronómico, cuya visita es una fiesta para los sentidos; en sus pasillos es posible conseguir de todo y su horario de atención es de lunes a sábados, de 6:00AM a 9:00PM. y los domingos permanece cerrado.

La Boquería es uno de los puntos más visitados de Barcelona, por vecinos pero sobre todo por turistas. Se abrió en 1836 pero hay documentos que aseguran que a comienzos del siglo XIII en su lugar ya había puestos de venta de carne. Siempre es interesante curiosear de puesto en puesto, a cada cual más cuidado y colorido.

Mercado Central de Valencia



El Mercado Central de Valencia es sin duda uno de los más bonitos de España. No quizá por fuera, pero sí por dentro. Además de su espectacular oferta gastronómica nos llamará poderosamente la atención su edificio modernista, con cúpulas de hierro, cristal y cerámica que alcanzan los 30 metros. Aunque no se vaya a comprar nada merece la pena visitarlo y, si cuadra, aprovechar para tomar un almuerzo a media mañana.

Mercado de La Ribera, en Bilbao



La Ribera es una parada imprescindible si vamos al Casco Viejo de Bilbao. Se levanta junto a la ría y ya desde el puente que lleva su mismo nombre podemos apreciar sus fachadas art déco. En 1990 consiguió el Récord Guinness al mercado más completo y con sus 10.000 m² es el mayor mercado cubierto de Europa.

Mercado de Santa Caterina, en Barcelona



Santa Caterina es un mercado que si lo ves desde el aire no tiene pérdida porque sus techos ondulados con mosaicos de cerámica multicolor no pasan desapercibidos. Aunque data de 1848 su remodelación es de 2005. Un mercado mixto que ofrece tanto puestos de productos frescos y gourmet como varios sitios donde parar a degustar bocados de gastronomía variada.

Mercado de La Recova, en Santa Cruz de Tenerife

El Mercado de Nuestra Señora de África, más conocido como La Recova, comenzó su andadura en 1943. Tras varias décadas en declive, a partir de 1995 comenzó a auto gestionarse y a vivir una segunda

juventud. Los puestos de frutas son espectaculares, así como las pescaderías. En ellas, aunque no se compre, se aprende mucho sobre los mares canarios.



Mercado Central de Zaragoza



También se conoce como Mercado Central Lanuza y su edificio es toda una obra de arte. Es de 1903 y fue proyectado por Félix Navarro en 1895. Es de dos niveles con esbeltas columnas de fundición y portadas de piedra de estilo neoclásico. Vamos, que aunque vayas a hacer la compra no dejas de visitar un edificio Monumento Histórico Nacional y Bien de Interés Cultural.

Mercado Central de Alicante



Está en el centro de la ciudad, es de inspiración modernista y se construyó entre 1911 y 1912 sobre la muralla del siglo XVIII que circundaba la ciudad. La plaza trasera, la del 25 de mayo, recuerda las 300 víctimas que aquí perdieron la vida cuando un bombardeo arrasó el mercado en 1938 durante la Guerra Civil. Como buen mercado de costa hay que ir con tiempo para disfrutar de sus sugerentes pescaderías.

Mercado de Atarazanas, en Málaga



En este lugar estuvieron unos antiguos astilleros nazaríes del siglo XIV y del edificio de entonces se conserva la monumental puerta central. Su estructura es de hierro y vidrio, con una gran vidriera en una de sus fachadas donde se representan diferentes monumentos de la ciudad. En él verás que la fruta y verdura de temporada lo llenan todo de color y, cómo no, que los pescados y mariscos son los más madrugadores.

Mercado Central de Abastos, en Jerez



En Jerez se conoce como La Plaza, está en el centro de la ciudad y su edificio de estilo neoclásico de 1885 no pasa desapercibido. Si fuera llama la atención por la cerámica vidriada que decora su fachada, por dentro lo hace la estructura central de hierro y vidrio. Eso, y por la variedad de los puestos, con surtidas pescaderías nutridas por las costas de la provincia de Cádiz.

Mercado el Fontán, en Oviedo



El Sabor de Asturias', reza el eslogan del Mercado el Fontán, y eso, además de productos de temporada y pescados del cantábrico, significa quesos y abundancia de carnes de los campos asturianos. El edificio fue diseñado por el arquitecto Javier Aguirre en 1882 y su construcción se finalizó en 1885. Con base de piedra, estructura metálica y acabado en verde, el mercado pone un punto de color al centro histórico de la ciudad.

Mercado del Tinglado, en Tolosa



El mercado del Tinglado, o Zerkausia, es uno de los mercados más típicos de Euskadi. Llama la atención por asomarse al río Oria con arcos de medio punto, apoyado en pilotes sobre el cauce y pasando el agua bajo él. Se celebra cada sábado y se divide en tres escenarios: el Tinglado, con productos autóctonos; la Plaza Verdura, con flores y plantas; y la Plaza Euskal Herria, con productos foráneos y textiles.

CENTRAL DE ABASTOS DE MÉXICO GANA PREMIO COMO DESTINO TURÍSTICO (FITUR)



La Central de Abasto recibió uno de los premios Excelencias Turísticas 2017 que se entregaron en Madrid en el marco de la Feria Internacional de Turismo (Fitur).

Su extensión de 327 hectáreas la convierte en el mercado más grande del mundo, y maneja 30,000 toneladas de producto cada día que cubren hasta el 80% del consumo de los habitantes de la Ciudad de México y su área conurbada.

Durante décadas, la Central de Abasto fue visto como un lugar poco agradable, pero la actual administración del Fideicomiso ha trabajado para resolver ese problema y hacerlo más atractivo. Es por ello que el mercado ha recibido este premio Excelencias Turísticas al colocar el

lugar como un nuevo polo turístico de México.

El trabajo es especialmente importante para diversificar la oferta turística de la Ciudad de

México, y llevar visitantes a otras zonas, en concreto a Iztapalapa, la delegación más poblada de la ciudad y que pese a tener un enorme potencial para el turismo ve este frenado por sus problemas de seguridad y comunicación.

La principal acción que al momento se ha llevado a cabo para cambiar la imagen de la Central de Abasto fue la creación de 32 murales de gran formato en las bardas de las bodegas.

Así, el mercado tiene ahora una perspectiva artística y cultural que invitan a recorrerlo aún si no se planea hacer compras.

Los murales son obra de artistas nacionales y extranjeros que se encuentran entre los más renombrados de la actualidad.

“Esto ha permitido que la gente voltee a ver la Central de Abastos también como un punto de interés turístico del país y ese es el motivo del premio, que le estamos dando una proyección no de solo un lugar en donde se venden y se compran productos, sino de un lugar que representa a nuestro país”, dijo Sergio Palacios Trejo coordinador de la Central a Notimex.

La Central de Abasto tiene diversas secciones para todos los productos que se ofrecen, donde destacan la de frutas y legumbres y la de

abarrotes y víveres.

Tiene también una zona de alimentos donde se puede comer tanto en populares antojerías como en restaurantes de lujo.

Todo esto hace que la Central de Abasto sirva al turismo como un lugar para experimentar los colores, olores y sabores del país, viendo y probando todos los productos que produce.

EL MERCADO INTERNACIONAL DE RUNGIS PARIS



A unos diez kilómetros de París, en el departamento de Val de Marne, se encuentra el municipio de Rungis que, junto con los de Chevilly-Larue y Fresnes, acoge el mayor mercado mundial de productos agroalimentarios frescos. El Mercado de Interés Nacional (MIN) de

Rungis, fruto de la fusión del ex-mercado de Les Halles de París y de los mataderos de la Villette (que se trasladaron a Rungis unos años después de su apertura en 1975), abrió sus puertas el 3 de marzo de 1969.

Esta decisión la había tomado diez años antes el General de Gaulle por la cada vez más patente falta de espacio, así como con el objetivo de crear un nuevo mercado más funcional y moderno y, sobre todo, accesible para los diferentes medios de transporte: aéreo con el cercano aeropuerto de Orly, por carretera e incluso ferroviario, para facilitar el suministro del mercado en productos procedentes de toda Europa y Marruecos. La deslocalización denominada “el traslado del siglo” se realizó en unos días, del 27 de febrero al 1 de marzo de 1969.

El mercado internacional de Rungis es sobre todo el mayor proveedor mayorista de los profesionales de la restauración francesa: pescadería, quesería, charcutería, ultramarinos, mercado bio, etc. ¡con más de 500 referencias de productos! El MIN de Rungis abastece también a los comerciantes de Isla de Francia.

El mercado abre muy temprano, a partir de las 2 de la mañana estará operativo el sector de la marea, en el que como su nombre indica, podrá encontrar productos del mar. Los demás pabellones irán abriendo progresivamente: a las 03h00 el mercado de los productos cárnicos (casquería, carnicería, aves y demás), a las 04:00 el de las flores cortadas, a las 05:00 el de los productos lácteos y las plantas en tiesto y, por último, más tarde, a las 05:30 el de las frutas, verduras y demás productos.

2.2 Entrevistas con la Alta Dirección de Centroabastos S.A. para conocer las variables de negocio hacia el futuro de la organización

Estas entrevistas se basan en el análisis del estudio realizado al interior de la organización con respecto al análisis de la cadena de valor agroalimentaria con base en datos disponibles a partir del año 2021.

ANÁLISIS DEL SECTOR:

LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIA					
ETAPA	INSUMOS	PRODUCCIÓN PRIMARIA	MANIPULACIÓN COMERCIALIZACIÓN EN FRESCO	PROCESAMIENTO INDUSTRIAL	ALMACENAMIENTO Y CONSOLIDACIÓN LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
SECTORES	Semillas	Granos	Selección	Alimentos frescos	Consolidación y Ruptura
	Fertilizantes	Carnes	Manipulación	Alimentos conservados	Almacenes refrigerados
	Agroquímicos	Pescados, Mariscos	Almacenaje	Alimentos congelados	Logística y Distribución
	Maquinaria Agrícola	Frutas	Logística	Alimentos refrigerados	Mayoristas
	Invernaderos	Hortalizas	Mayoristas	Platos preparados	Distribuidores
	Automatismos	Etc.	Distribuidores	Salazones y Ecurtidos	Exportación
	Etc.				
ACTIVIDADES TRANSVERSALES	Servicios de Ingeniería y Consultoría - Formación y Asesoramiento				
	Infraestructuras – Edificaciones- Sistemas de Transporte – Sistemas de Comunicaciones				
	Instalaciones y Equipamiento- Procesado – Empaque y robotización- Sistemas de I+D+i.				
	Calidad – Trazabilidad - Seguridad Alimentaria - Gestión Medioambiental – Resp. Social				
	Plataformas logísticas- Cadenas de frío- Redes de comercialización - Clusterización -Marketing				

La actividad económica en Colombia se encuentra dividida en tres **sectores económicos**. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica.

Cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y

se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

Sector primario o agropecuario: Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, si n ningún proceso de transformación.

Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca.

Sector secundario o industrial: Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

Sector terciario o de servicios: Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía.

Actividades como el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Aunque los sectores mencionados anteriormente, son los que corresponden a la teoría económica. Con el pasar del tiempo y dada la especialización de las actividades, han aparecido nuevos sectores que se refieren más concisamente a lo que verdaderamente la actividad de las Centrales de abastos se encuentran respectivamente en los sectores:

1. **Sector industrial:** Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.

2. **Sector de comercio:** Hace parte del sector terciario de la economía (servicios), e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresito(s), plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

Dado que las empresas que hacen parte de este informe operan dentro de los sectores secundario y terciario, el análisis del sector se enfocara sobre la industria y el comercio.

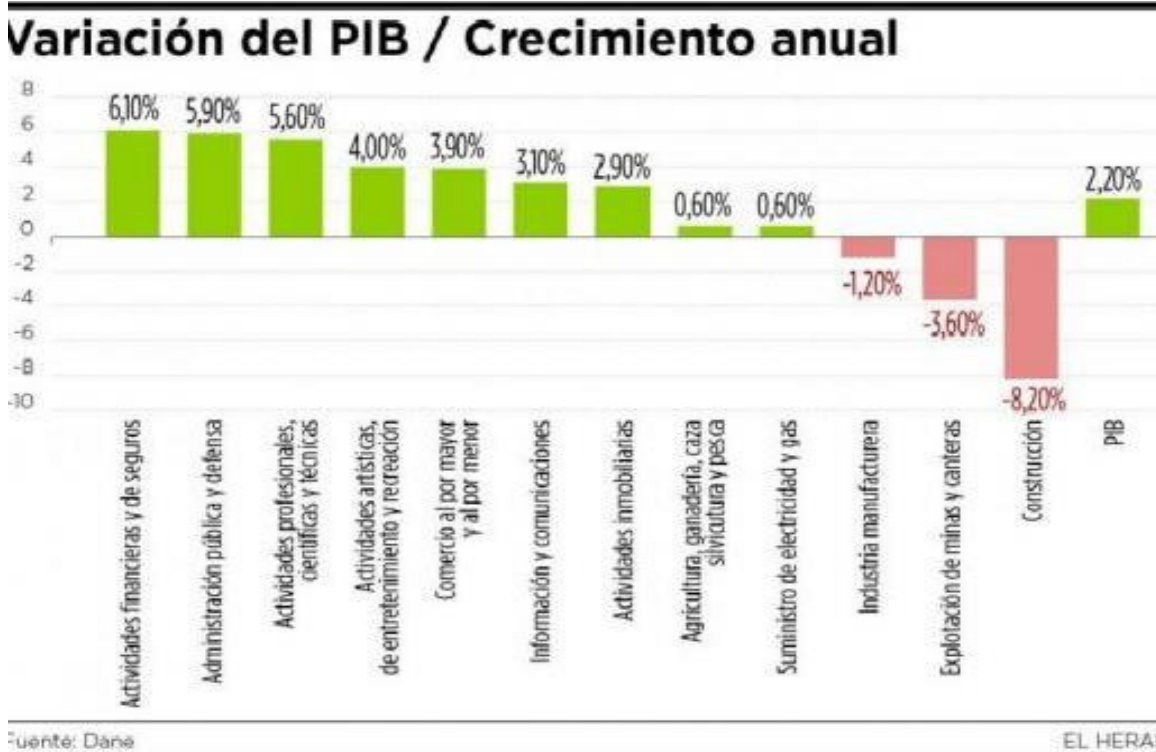
3. **Sector secundario (industrial):** El sector secundario ha contribuido al crecimiento de la economía nacional y su desarrollo obedece a los requerimientos de la demanda interna. En la última década del siglo XX, el sector industrial nacional decayó por causa de la crisis económica internacional. Muchas industrias tuvieron que cerrar, lo cual se tradujo en desempleo y en la entrada al país de numerosos bienes fabricados en el exterior. En el siglo XXI, la actividad industrial ha logrado recuperarse. Según el censo manufacturero, la producción industrial de Colombia se concentra en la fabricación de alimentos, bebidas, tejidos, confecciones, cueros, calzado, papel y cartón, refinación de petróleo, producción de substancias químicas básicas, cauchos, plásticos, vidrio, minerales no metálicos, aparatos de uso

doméstico, vehículos y auto-partes. La principal rama de la industria colombiana es la industria alimenticia, la cual representa el 4,6% del PIB (producto interno bruto) y cuenta con muchísimas empresas en diferentes secciones en Colombia, como en el resto del mundo, la industria manufacturera ha enfrentado una situación compleja en la coyuntura reciente. Estas dificultades se explican tanto por factores externos como internos. En lo externo, la crisis internacional ha estado marcada por una creciente incertidumbre, donde los organismos multilaterales revisan constantemente sus pronósticos y el ambiente lejos de despejarse se ha complicado.

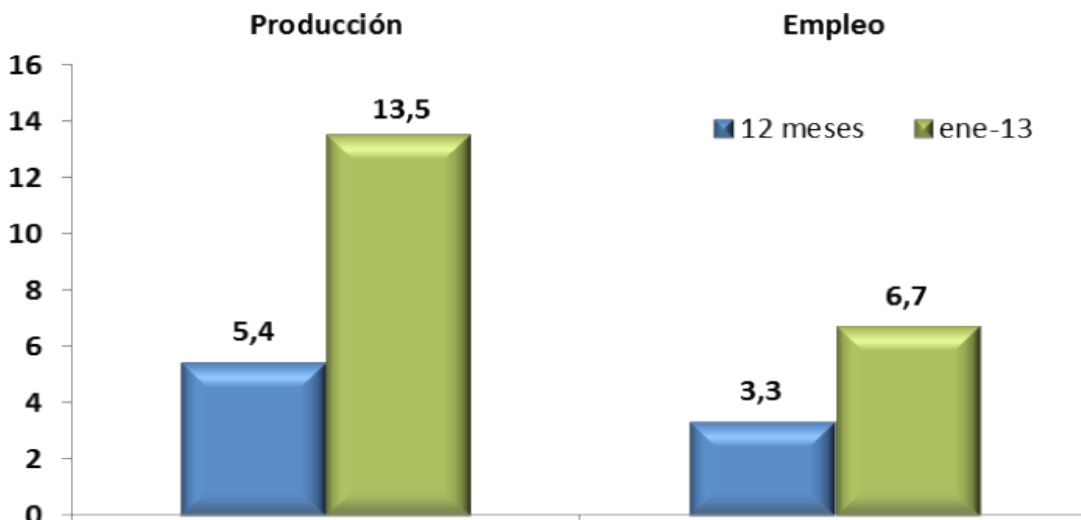
En lo interno, además del debilitamiento de la demanda por cuenta de las tasas de interés más altas y los altos costos de algunas materias primas, cabe destacar el persistente y dañino proceso de revaluación del peso colombiano. Además de estas dificultades generales, también es importante tener en cuenta que, en una coyuntura de desaceleración del comercio internacional, las empresas no sólo enfrentan una demanda deprimida por sus productos, sino una competencia más agresiva en los mercados mundiales. Esto explica, en parte, la pérdida de algunos puntos de la participación de la industria en la economía. Pero ésta no es la única explicación. En el mundo moderno los servicios vienen ganando participación, muchos de ellos fruto de las necesidades mismas del sector industrial. Además, a medida que las empresas se modernizan y se especializan, han optado por subcontratar parte de su proceso productivo, lo que necesariamente se traduciría en un menor peso de la industria. De todas formas, en la última década, mientras a nivel mundial

la pérdida de participación de la industria es de 2.1 puntos, en Colombia no llega a un punto. Incluso esta reducción es mucho mayor en la Zona Euro (-2.9 puntos), China (-2.5), Brasil (-2.6), Chile (- 7.5), Costa Rica (-7) o Venezuela (-5.2). En este incierto panorama, no podemos olvidar las grandes transformaciones competitivas de la industria colombiana, que nos han permitido amortiguar, hasta cierto punto, la coyuntura adversa; las cifras de producción industrial así lo confirman. Mientras en Colombia se logró un modesto crecimiento en los primeros 10 meses de 2012, en la Zona Euro cae -2.4%, en Brasil -3.0% y en países como Italia, España o Grecia la caída supera el -5%. Para el 2018, la dinámica de los principales sub-sectores de la industria según estadísticas producidas por el ministerio de industria, comercio y turismo y de acuerdo con el aporte de cada uno a la producción real fueron: La industria de bebidas (6,0%), productos lácteos (7,9%), prendas de vestir, confecciones (6,1%), otros productos alimenticios (5,4%), vehículos automotores y sus motores (5,4%), industrias básicas de hierro y acero (7,1%), otros tipos de equipo transporte (6,8%), metales preciosos y no ferrosos (11,0%), transformación de carne y pescado (2,3%), y productos de molinería y almidones (1,4%). Estos sub-sectores aportaron 1,8 puntos porcentuales al crecimiento de la industria en los últimos 12 meses a enero de 2018.

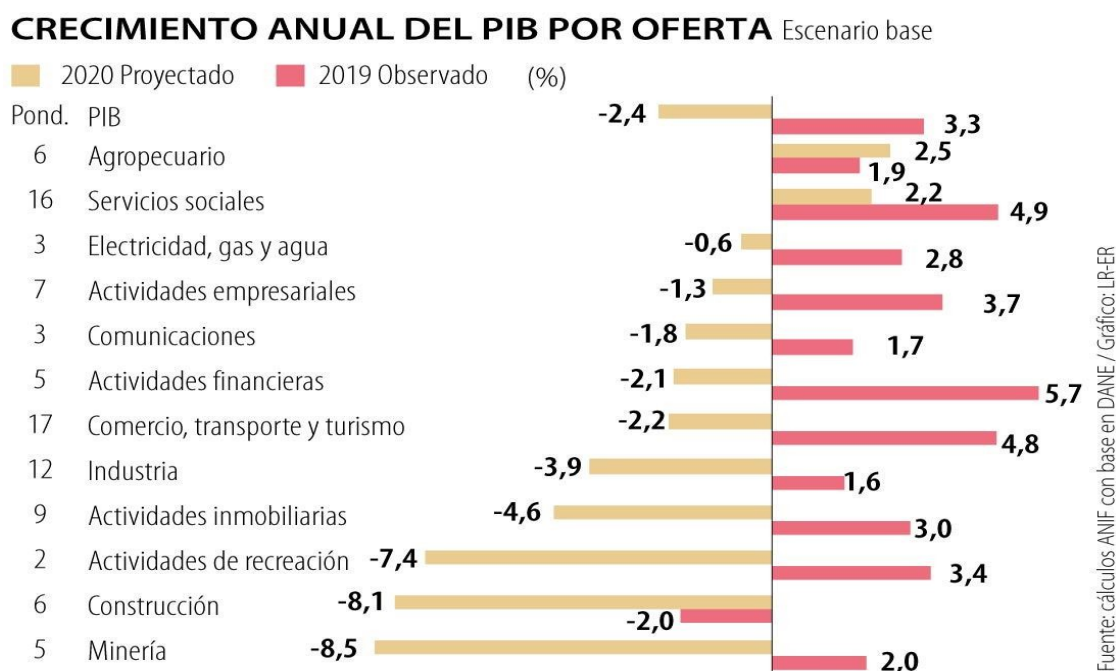
**Dinámica (%) de los sectores industriales (producción)
contribución de los 10 más dinámicos**



Mayores contribuciones al crecimiento del sector industrial Otros productos alimenticios (contribución 0,2 pp.)



A pesar de que la industria colombiana ha sido uno de las más preparadas mundialmente para soportar y amortiguar las crisis que se presentan con el pasar de los años. Hoy en día el sector secundario o industrial al que pertenece se observa de la siguiente manera:



Sector terciario (comercial):

El sector terciario está conformado por todas aquellas actividades que presentan servicios a los demás sectores de la economía y a la sociedad. Según datos suministrados por el departamento nacional de estadística (DANE), el sector terciario registro en la última década un crecimiento del 38% al 59%, lo cual ha redundado en un aumento de la tasa de empleo y en una oferta mayor de toda clase de actividad económica. Los servicios que mayor crecimiento reportan son las actividades financieras, telecomunicaciones, la salud, la educación, el

transporte y *el comercio*.

A pesar de que el sector terciario está compuesto por muchos sub-sectores, el análisis en este caso estará enfocado al sector comercial y más especialmente el de almacenes de cadena. Pues la superficie ALMACENES LA 14, que es una de las empresas objetivos de la investigación, se encuentra situada dentro del sector nombrado anteriormente.

El sector comercial es uno de los sectores más dinámicos y representativos del país. El comercio al por mayor se realiza principalmente en la ciudad capital (Bogotá) y los departamentos de Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico, Norte de Santander, Santander y Bolívar. Este sector aporta elevadas utilidades a la economía nacional. En la última década, las exportaciones reportaron un crecimiento promedio anual de 11,2%: las importaciones, por su parte, aumentaron en un 9,6%, lo cual significa que la economía nacional ha mantenido un buen ritmo de crecimiento y mostrando una balanza comercial Positiva. El comercio al por menor o al detal se realiza en todo el territorio nacional en tiendas, hipermercados, centros comerciales, supermercados y centrales de abasto.

Según el informe del banco mundial para el año 2010, Colombia se ubicaba en el puesto 37, entre 183 países que tienen facilidad para hacer negocios. Puesto que nos deja ver la infraestructura comercial del país y las posibilidades de competir dentro de este mundo globalizado. En la actualidad Colombia tiene acuerdos con países como Estados Unidos,

Canadá, China, México, Noruega, Suiza, Islandia, Ecuador, Brasil, Chile, entre otros. Lo que da muestra de la importancia que tiene el país con respecto a sus actividades empresariales y a los productos que ofrece ante la red internacional.

En los últimos años el comercio minorista ha experimentado un importante dinamismo a nivel mundial. Los hechos recientes evidencian una tendencia hacia la consolidación de holdings con presencia multinacional, a la vez que se observa una expansión en el área de ventas y el fortalecimiento del multiformato.

Las grandes cadenas europeas como Carrefour, Ahold y Macro y las norteamericanas como Wal-Mart se han posicionado exitosamente en los mercados latinoamericanos a través de alianzas estratégicas con supermercados locales o mediante la compra de cadenas ya existentes, impulsando así la competencia en el sector. Esta expansión ha sido motivada por factores como las restricciones legales existentes en Europa, la saturación de supermercados en muchos países europeos y la reducción de los costes de distribución que se logra con la fusión entre cadenas.

Colombia ha tenido tradicionalmente un comercio minorista altamente competitivo, resultado en gran parte de la segmentación geográfica que se presenta en el interior del país. Mantiene sin embargo la característica distintiva de que, aun cuando el avance de los supermercados e hipermercados ha sido muy importante en los últimos años, el canal

tradicional de distribución (tiendas de barrio) captura todavía el 50% del mercado. Esta situación puede modificarse en el futuro, en la medida en que se incremente la presencia de cadenas multinacionales en el país y vayan ganando cuota de mercado. En este sentido, el sector podría tender a una concentración en la propiedad que no existe actualmente.

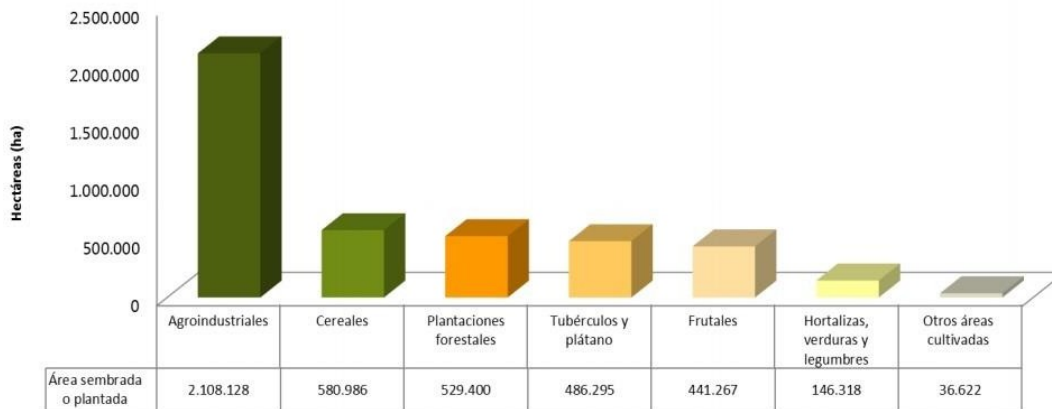
Analizando el peso del comercio sobre el PIB en los distintos departamentos del país, observamos que existen fuertes disparidades entre unos y otros, explicadas fundamentalmente por los diversos criterios utilizados en la elaboración de la información. Los departamentos con mayor participación del comercio son Caquetá (11,6%), Magdalena (11,1%) y Nariño (10,7%), mientras que los nuevos departamentos (Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, San Andrés y Providencia, Vaupés y Vichada) con un 5% y La Guajira con un 5,4% son los que registran un menor peso del comercio.



La actividad comercial en Colombia se desarrolla a nivel de todo tipo de bienes que pueda transar la economía; si n embargo, los *bienes de la canasta familiar* (descripción de los porcentajes de gasto de las familias, separados en partidas o rubros según distintos criterios) so n los más representativos y concentran la mayor atención tanto en número de establecimientos como en empleo y volumen de ventas.

Según la Encuesta de Ingresos y Gastos, la estructura de gasto de los colombianos términos de bienes básicos, se concentra en alimentos, tabaco y bebidas (27,5%), prendas de vestir (6,2%), muebles y accesorios (5,4%), y productos farmacéuticos (1,5%), mientras que las restantes partidas del gasto corresponden a servicios que no se transan en el comercio, como alquileres de vivienda, gastos financieros, médicos, educativos, transporte, diversiones, etc., es decir, que el 40,6% de los bienes y servicios que los Colombianos demandan en la canasta familiar se engloban dentro del sector comercial.





Area sembrada por grupo de cultivos DANE 2018

En Colombia la actividad comercial está estructurada regionalmente de la siguiente forma:

El área metropolitana de Bogotá concentra el 22,2% de los establecimientos comerciales, proporción que aumenta al 29,1% cuando se trata de comercio mayorista y se extiende a participaciones más elevadas cuando se consideran sectores especializados de distribución mayorista que centralizan su actividad desde la capital del país, como joyería y relojería, juguetería, minerales y artículos de decoración (en los cuales más del 50% de los establecimientos están en Bogotá), así como en los sectores de artículos eléctricos, equipo científico, papelería y maquinaria y herramientas, donde la capital concentra más del 40% de los establecimientos. En general, en esta ciudad tiene su sede la mayor proporción de empresas mayoristas, con excepción del comercio no clasificado, donde Medellín, la segunda ciudad del país, posee el 57,5% de los establecimientos.

Medellín y su área metropolitana es la segunda en número de

establecimientos en el total del comercio (11,3%) y el minorista (11,8%) y la tercera en el mayorista (9,4%). La ciudad no presenta ninguna especialización y en algunos sectores, donde hay tradición industrial y de distribución, se presenta una proporción ligeramente superior al promedio como en textiles al por mayor (13%), combustibles diferentes a la gasolina (17,6%), juguetería (14%) y fibra de vidrio (12,6%). En sectores especializados del comercio mayorista, en los que hay alta concentración en Bogotá, existen pocos establecimientos y la participación es bastante reducida en comparación con el promedio, como en minerales, papelería, artículos de decoración y joyería. En el comercio minorista la participación es más homogénea y los sectores con menor proporción de establecimientos corresponden a los que tienen redes distribuidas por todo el país, como en droguerías, gasolina y lubricantes, o están especializadas en otras ciudades, como en artículos dentales y joyería.

La tercera área metropolitana es la de Cali, con el 9,7% de los establecimientos comerciales, distribuidos el 10,1% en el minorista y el 7,7% en el mayorista. Esta ciudad tampoco presenta una especialización en particular, aun cuando algunos sectores reflejan su localización como polo de desarrollo regional para actividades de distribución, tales como servicios de colocación de artículos al por mayor y el comercio mayorista de materias primas o en el comercio minorista de la cacharrería y misceláneas, empaques, maquinaria y herramienta, equipo profesional, vidrio y cristalería, floristería, y artículos de aseo, en los cuales la proporción de establecimientos es superior a la media. En los sectores del comercio mayorista, concentrados en Bogotá o Medellín,

prácticamente no existe actividad comercial en Cali, caso de los minerales, cuero, bienes no clasificados y juguetería; situación similar sucede con el comercio minorista de artículos dentales, artículos fúnebres, ventas ambulantes y prenderías. Al igual que en el resto del país, la mayor proporción de establecimientos se concentra en los bienes de la canasta familiar y el servicio mayorista de colocación.

En Colombia, el comercio minorista es altamente competitivo: El comercio al por menor se realiza a través de dos canales de distribución: el tradicional y el formal o moderno. El primero se refiere al conjunto de las llamadas tiendas de barrio o de esquina y representa actualmente el 50% de las ventas del sector.

Las cajas de compensación fueron establecidas por el gobierno durante la década de los 60 y se caracterizan por tener márgenes bajos en comparación con las cadenas privadas, gracias a que no pagan impuestos y a que reciben aportes de la nómina de las empresas. Por su parte, las cadenas privadas están conformadas por firmas de distintos tamaños, las cuales operan en diferentes formatos que posteriormente pasaremos a analizar.

En términos generales, el negocio del comercio minorista se caracteriza por la atomización geográfica y la presencia de un gran número de puntos de venta, pero a su vez se está desarrollando un proceso de expansión y concentración de la propiedad. Si analizamos la cadena producto - consumo y los circuitos de distribución, podemos decir que la estructura de la cadena comienza, como es normal, con la producción de las

materias primas, para pasar luego a la realización de un bien intermedio y llegar a la producción del bien final. Éste, a su vez, debe ser ofrecido a los consumidores, pasando en muchas ocasiones por distribuidores o comercializadores.

Muestra Mensual Comercio Al Por Menor - Enero (2013)

Indicador	Variación (%)			
	Anual		Doce meses	
	2012	2013	2012	2013
Ventas	4,8	1,3	9,8	2,8
Ventas sin vehículos	5,9	2,9	7,6	4,0
Personal ocupado	7,0	4,3	6,4	5,5

Ventas reales

En enero de 2013, las ventas del comercio minorista crecieron 1,3%, y el personal ocupado 4,3%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales en enero de 2013 fue 2,9%. Las líneas de mercancías que explican principalmente el resultado del mes fueron: alimentos y bebidas no alcohólicas (2,5%), equipo de informática, hogar (15,3%), productos de aseo personal, cosméticos (5,0%), calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero (4,9%); y productos textiles y prendas de vestir (1,8%). El aporte conjunto de estos cinco grupos a la variación total fue 2,1 puntos porcentuales, éste efecto fue contrarrestado por la contribución negativa de vehículos automotores y motocicletas (1,1 puntos porcentuales).

Personal ocupado:

El incremento de 4,3% registrado por el personal ocupado en enero de

2013, se explica por el aumento en la contratación del personal permanente (10,3%), y la disminución en la contratación del personal temporal directo (-11,2%).

Muestra Mensual Comercio Al Por Menor - Abril (2013)

Indicador	Variación (%)					
	Anual		Año corrido		Doce meses	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Ventas	-3,0	5,7	4,3	2,1	7,0	2,3
Ventas sin vehículos	-3,0	3,4	5,8	3,9	6,7	3,7
Personal ocupado	5,7	4,2	7,0	4,5	6,8	5,0

Ventas reales: en abril de 2013, las ventas del comercio minorista crecieron 5,7%, y el personal ocupado 4,2%. Excluyendo el comercio de vehículos automotores y motocicletas, la variación de las ventas reales fue 3,4%. Las líneas de mercancías que presentaron las mayores contribuciones positivas al resultado mes fueron: vehículos automotores y motocicletas (15,5%); equipo de informática, hogar (17,9%); y electrodomésticos y muebles de hogar (7,3%). El aporte conjunto de estos grupos a la variación total fue de 4,1 puntos porcentuales.

Personal ocupado: el incremento de 4,2% registrado por el personal ocupado en abril de 2013, se explicó por el aumento en la contratación de personal permanente (9,7%), y la disminución en la contratación de personal temporal directo (-8,4%) y personal temporal a través de agencias (-6,0%).

ANALISIS DIVERSOS DEL SECTOR

AMBIENTE COMPETITIVO DEL SECTOR

Para el año 2018 el sector comercio en general vivió una muy buena racha, con datos positivos en ventas y otros indicadores financieros impulsados principalmente por el crecimiento de la economía nacional. En el negocio del comercio en Colombia se libra una batalla sin precedentes por conquistar clientes y ganar participación de mercado.

Es una disputa que ha obligado a los supermercados del país a modernizar sus puntos de venta, abrir nuevos locales, lanzar agresivas estrategias comerciales e incluso disminuir sus márgenes de ganancia en contra de sus propias utilidades. Esta competencia ha convertido a este sector en uno de los más dinámicos de la economía nacional y además se evidencia un cambio en las negociaciones con los proveedores.

Los comerciantes han utilizado el poder que les otorga el hecho de manejar volúmenes muy grandes para negociar precios más bajos con los proveedores. En el país se presentó una transformación en el negocio, ya que las grandes cadenas han tenido que ganar en eficiencia y conocimiento del consumidor para contrarrestar la caída de los márgenes y la pérdida de fidelidad de un cliente que, con la crisis de finales de la década de los 90, se convirtió en un caza ofertas.

LAS EMPRESAS Y LAS MARCAS QUE COMPITEN EN EL SECTOR

Características de los Productos

Como lo plantea la misión de la empresa, es una comercializadora de todo tipo de productos de consumo masivo, que se fundamenta en la filosofía de Satisfacción al cliente, ofreciéndole siempre la mayor y mejor opción de surtido, manteniendo los precios más favorables del mercado colombiano, esto sumado a servicios altamente evolucionados e instalaciones con ambientes amplios y confortables.

Dentro de las características podemos identificar:

1. Estética
2. Sencillez
3. Seguridad
4. Normalización
5. Sensibilidad de entorno
6. Eficacia
7. Economía (Precio)
8. Facilidad de identificación
9. Calidad prevista
10. Diferenciación

Servicios que se ofrecen y complementarios:

- Compras on-line
- Venta de diferentes líneas de consumo masivo (Deporte, Ropa, Ferretería , Papelería, Muebles, etc.)

- Bonos
- Restaurantes
- Bancos
- Zonas de recreación y esparcimiento familiar
- Fundaciones sociales.
- Igualmente ofrece diferentes medios de pago, entre ellos el efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, cheque post fechado, su tarjeta de marca propia, códigos de barras y códigos QR.

Diferenciación

El excelente nivel de servicio que ha caracterizado a la empresa, el cual se viene desarrollando a partir de sus promesas comerciales como son —El Mejor Surtido a los Mejores Preciosll y —LA 14 Siempre te da Másll le representan a la compañía una ventaja competitiva en el sector donde participa. En la actualidad el Portal Comercial ICE ofrece una serie servicios a sus proveedores, los cuales respaldan diferentes procesos de gran importancia en la cadena de valor y que debido a la estrategia de colaboración conjunta, redundan en beneficios para las partes. Por tanto y con el ánimo de fortalecer aún más nuestras relaciones comerciales, se lanzó la nueva plataforma tecnológica del Portal Comercial que dará cubrimiento no solo a los servicios ofrecidos sino que les permitirá mejorar y extender el portafolio hacia nuevas situaciones de negocio con sus aliados.

Almacenes la 14 implementa una política organizacional que concibe de

manera integral el desarrollo de sus empleados y les impulsa hacia su crecimiento personal y laboral. En este proceso ha sido fundamental la labor adelantada por la Fundación LA 14, organismo que ha asumido la capacitación para el trabajo y la formación desde el ser, como una estrategia constante para forjar seres humanos íntegros y preparados para dar respuesta a los requerimientos de un mercado laboral cambiante y exigente, mejorando así sus condiciones laborales.

El compromiso social que asume Almacenes la 14 no se detiene aquí, adelantándose al auge de la Responsabilidad Social Empresarial, ha venido trabajando desde los valores propios de su cultura organizacional, en el —Mejoramiento de la calidad de vida de las familias que integran sus diferentes Grupos de Interésll, y formaliza su compromiso desarrollando una estrategia de Responsabilidad Social. Lo más importante del negocio continua siendo la venta detallista que le representa aproximadamente el 97% de sus ingresos en sus almacenes de productos como electrodomésticos, productos de consumo, textiles y mercancía en general, departamentos que son sensibles al ciclo económico y en donde la guerra de precios y altas ofertas constituyen un factor de amenaza, razón por lo cual programas de fidelidad son alternativas para buscar diferenciación y preferencia.

Participación del mercado

Se puede observar en el mercado de los almacenes de cadena, Almacenes La 14 S.A está ubicada en el puesto número 6 en el ranking

de las 20 empresas más grandes de la ciudad según su nivel. Esta es una posición privilegiada para una compañía ubicada en esta ciudad, aportándole positivamente a la región del Valle del Cauca en cuanto al crecimiento de la economía.



ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SECTOR (BENCHMARKING)

¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LOS DISCOUNTERS EN COLOMBIA?

TAMAÑO DE MERCADO DE LOS DISCOUNTERS

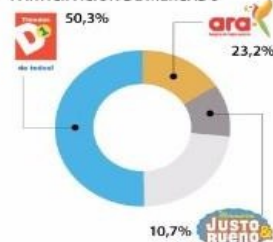


HÁBITOS DE HOGARES	Presencia en hogares del país	Gasto promedio Q1 2018	proyección 2019	Frecuencia (días) Q1 2018
Tiendas D	55%	\$24.700	\$24.500	12
ara	22%	\$23.606	\$23.600	17
Justo bueno	26%	\$17.943	\$19.025	15

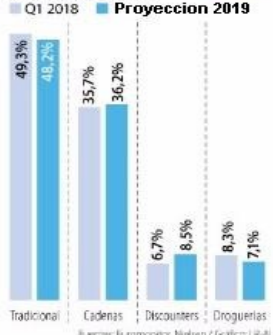
¿QUÉ HOGARES APORTAN AL CRECIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS?



PARTICIPACIÓN DE MERCADO



PESO POR CANALES



El mercado de Retail a nivel mundial se desarrolla en un ambiente de competencia altamente agresivo, la carrera por el liderazgo en la participación del mercado global, la participación en el mercado de jugadores internacionales con ventajas muy significativas frente a los locales hacen la diferencia a la hora de efectuar un análisis del sector.

Los competidores pueden ser considerados en dos grupos: (i) Competidores presentes, que pueden ser a su vez clasificados en sustitutos perfectos y sustitutos imperfectos, y (ii) Competidores potenciales que son aquellos que ya han anunciado su intención de ingresar en el mercado.

Dentro de los competidores presentes de Almacenes la 14 S.A se destacan Grandes Superficies de Colombia S.A (Carrefour), Subtiendas y Droguerías Olímpica S.A, Colombiana de Comercio S.A (Corbeta), Sodimac Colombia S.A y Grupo Éxito S.A; D1, Justo y Bueno, Jumbo los cuales ofrecen productos muy similares en formatos de Hipermercados y Supermercados. Es importante aclarar que la competencia se basa en el mercado interno y que su principal competidor (Carrefour) es de procedencia Francesa.

Estas cadenas de tiendas tienen diferentes formatos e iniciaron al igual que la compañía siendo empresas regionales que poco a poco se fueron expandiendo a nivel nacional y algunas de ellas permitieron la entrada de inversionistas extranjeros a su interior, a diferencia de Almacenes la 14 que es 100% conformada por capital local.

El competidor más grande del sector es Almacenes Éxito de la ciudad de Medellín, la cual inicio sus operaciones como una empresa familiar que poco a poco fue creciendo y consolidándose en el mercado regional para

después expandirse agresivamente por el territorio nacional. Para el año 2010 ya se había convertido en el Grupo Éxito a través de adquisiciones de otros supermercados como Carulla, Almacenes Ley, Surtimax, Cafam, Pomona y Éxito exprés. D1 y Justo y bueno marcan una nueva tendencia vecinal y global con presencia equitativa en Ciudades , municipios y barrios Con presencia en más de 94 municipios del país, más de 62.000 empleados y con ventas por \$12.5 billones de pesos cerró el año 2010. El crecimiento de esta compañía se apalanco principalmente en la inyección de Capital extranjero de un grupo económico llamado Casino de Francia, quienes tienen amplio conocimiento del negocio en los mercados internacionales.

Según el nivel de ventas el competidor que sigue en tamaño es la multinacional Francesa Carrefour con ingresos en el año 2010 de \$4,0 billones de pesos, que desde su entrada al mercado Colombiano en el año 1999 en Bogotá no ha parado de crecer con más de 30 almacenes en el país. En el año 2005 el presidente de esta compañía llamado Noël Prioux afirmaba "Geográficamente, podríamos abrir en todas las ciudades intermedias, pero nuestra prioridad no es una ciudad donde solo podamos abrir una tienda. Queremos abrir al menos dos por ciudad, tres estaría muy bien y con más de 3, somos los mejores" mostrando claramente su estrategia de expansión. El tercer competidor más fuerte de este sector es Subentiendas Olímpica de la ciudad de Barranquilla y con características similares a las de Almacenes La 14 cuenta con una participación 100% de capital nacional, las ventas obtenidas en el 2010 fueron de \$2.8 billones de pesos a nivel nacional. Otro gran participante del comercio minorista que tiene un nivel de ventas es la cadena Alkosto, la cual vendió en el año 2018 \$5.0 billones de pesos.

LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR

La estructura de un sector comercial tiene una fuerte influencia al determinar las Reglas del juego competitivas así como las posibilidades estratégicas potencialmente disponibles para la empresa. Las fuerzas externas al sector comercial son de importancia principalmente en un sentido relativo; dado que las fuerzas externas por lo general afectan a todas las empresas del sector, la clave se encuentra en las distintas habilidades de las empresas para enfrentarse a ellas.

Poder de los compradores

Los compradores compiten en el sector forzando la baja de precios, negociando por una calidad superior o más servicios y haciendo que los competidores compitan entre ellos - todo a expensas de lo rentable -. El poder de cada uno de los grupos importantes de compradores en el sector industrial depende de varias características de su situación de mercado y de la importancia relativa de sus compras al sector en comparación con el total de sus ventas.

Podemos encontrar algunos factores asociados a:

- Disponibilidad de información para el comprador.
- Existencia de sustitutos. (Súper - tiendas en los barrios)
- Sensibilidad del comprador al precio.
- Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.

La amenaza de nuevos competidores como D1 y Justo y bueno ha

dado un giro en las cadenas de grandes superficies y supermercados.

Mientras que es muy sencillo montar un pequeño negocio, la cantidad de recursos necesarios para organizar un supermercado es altísima. Algunos factores que se definen son:

- Existencia de barreras de entrada. Como por ejemplo: Requerimientos de capital para ingresar al mercado, acceso a los canales de distribución, ventajas en la curva de aprendizaje.
- Economías de escala sin diferenciación de Ciudades Municipios y Barrios.
- Diferencias de producto en propiedad.
- Diversidad de productos con marcas propias caracterizados por calidad y buenos precios.
- Valor de la marca.
- Ventajas absolutas en costos.
- Mejoras en la tecnología.

Poder de los proveedores

La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta, en cadenas de supermercados, que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados. Algunos factores asociados son:

- Facilidades para el cambio de proveedor.
- Grado de diferenciación de los productos del proveedor.

- Presencia de productos sustitutos.
- Concentración de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores.
- Costo de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.*

Productos sustitutos

Los supermercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. Podemos citar entre otros, los siguientes factores:

- Marcas propias de calidad con diversidad de productos
- Cubrir ciudades municipios y barrios sin distinción de estrato o tamaño.
- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

Rivalidad e intensidad del sector

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores

define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

El sector de los supermercados vamos a encontrar un nivel elevado de competencia, impulsa a mejorar y brindar lo máximo a sus clientes, que son la verdadera razón de ser de la empresa, para lo cual fue creada.

Características de los productos

Se tiende a establecer los precios más competitivos, es decir; a calidades iguales, será el precio el factor determinante en cualquier compra, la eficiencia será garantía de competitividad en el largo plazo. La compañía tiene un posicionamiento de marca actualmente, esta compañía; produce y distribuye algo más que café pues es mucho más que una bebida y que el lugar de producción del café es el principal determinante de la calidad del café que se consume. Se enfoca en la producción de Café verde y/o procesado (tostado y molido y/o soluble y/o liofilizado) y/o derivados del café y/o afines y/o demás productos alimenticios.

La empresa CAFE ÁGUILA ROJA y CIA S.A, satisface las necesidades y expectativa de sus clientes, con productos de calidad, amparada en tecnología de punta, el desarrollo continuo del talento humano y el trabajo conjunto con los proveedores.

- Buena Imagen
- Diversas presentaciones
- Amplia cobertura ciudades municipios y barrios sin diferenciación
- Confiabilidad.

- Competencia y capacidad.
- Cortesía, cuidado, entrenamiento.
- Satisfacción
- Atención inmediata
- Comprensión de lo que el cliente quiere
- Expresión de interés por el cliente
- El cliente es la persona más importante en la empresa
- El cliente es el propósito de su trabajo.
- Su trabajo en satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes

Diferenciación

El Marketing Mix, venta directa en mostrador en el sitio de producción, donde el producto es ofrecido a los clientes al menudeo en sus distintas presentaciones, venta a mayoristas en este punto, igualmente a través de mayoristas, es decir puntos de ventas tiendas y supermercados; sin dejar atrás los canales o distribución Indirecta: La comercialización del producto se hará mediante distribuidores en tiendas y autoservicios, donde el consumidor puede adquirir el producto con total comodidad, porque los productos se encuentran exhibidos de tal manera que se pueden localizar y percibir fácilmente, en las tiendas el servicio es personalizado.

ANÁLISIS DE LOS COMPRADORES Y LOS CONSUMIDORES

Una empresa que se dedica al comercio al detalle de productos de consumo masivo y por ende se enfrenta a la demanda del mercado, sus compradores y consumidores son personas naturales de estratos 4, 5 y 6 con un poder adquisitivo medio-alto, que acuden a sus sucursales con la intención de compra de alguno o de muchos de los productos del portafolio que presenta dicha empresa, también en ocasiones sus clientes son entes jurídicos como restaurantes establecidos e incluso tiendas al detal que se surten de sus productos para posteriormente ejercer su ejercicio de ventas. La 14 se caracteriza por ofrecer todo tipo de productos de la canasta familiar, los cuales han sido divididos en distintas categorías como lo son navidad, juguetería, electrodomésticos, hogar, computadores, artículos de ferretería, oficina en línea, libros, regalos para toda ocasión, mercado, ropa de hogar, deportes, muebles, salud y belleza, bebe y anchetas. Es importante resaltar que algunos de estos productos son vendidos con más fuerza de acuerdo a la temporada en que se esté, pues el deseo de compra de los consumidores sube en esas épocas.

¿QUIENES SON LOS CLIENTES?

LAS EMPRESAS QUE LIDERARON RESULTADOS EN RETAIL					
	Cifras en millones	INGRESOS	VARIACIÓN	UTILIDADES	VARIACIÓN
1		\$56.442.803	9,37%	\$217.713	400,17%
2		\$5.709.718	7,33%	\$122.963	36,88%
3		\$4.865.884	2,97%	\$328.352	110,86%
4		\$3.839.177	-4,01%	-\$52.823	-205,02%
5		\$3.105.632	45,57%	-\$69.266	170,97%
6		\$1.629.166	8,58%	-\$21.422	-52,37%
7		\$1.499.306	-8,91%	\$16.199	-3,02%
8		\$1.438.883	73,30%	-\$346.370	63,10%
9		\$1.101.633	-2,82%	\$15.090	334,12%
10		\$1.053.070	16,75%	\$12.579	177,49%
11		\$769.465	265,36%	-\$163.961	117,00%

VENTAS
\$5,3 billones sumaron los ingresos de los hard discount en 2017

PÉRDIDAS
Las tres cadenas de descuento registraron un saldo negativo de \$579.597

SECTOR
Las ventas del retail sumaron \$81,4 billones





Fuente: Supersociedades / Gráfico: LR/ CG

En general, se tiene diferentes tipos de clientes, que se pueden clasificar de acuerdo con la frecuencia de compra, el volumen de compra y el nivel de satisfacción que les genera el hacer parte del grupo de consumidores de esta gran superficie. Dentro de los clientes de almacenes la 14 podemos encontrar:

Por frecuencia:

Clientes de compra frecuente, los cuales realizan compras repetidas a menudo o cuyo intervalo de tiempo entre una compra y otra es más corto que el realizado por el grueso de clientes. Este tipo de clientes, por lo

general, está complacido con la empresa, sus productos y servicios. Por tanto, para la empresa es fundamental no descuidar las relaciones con ellos y darles continuamente un servicio personalizado que les haga sentir "importantes" y "valiosos". Dentro de este grupo de clientes, se encuentran personas que sobreponen por encima de cualquier otro almacén de cadena que se encuentre en el territorio. Personas que ante cualquier necesidad de compra que surja en el diario vivir, como la principal opción pues confían que en dicha superficie lograrán encontrar lo que desean. Personas que los portafolios de productos y lo asumen como un aliado a la hora de satisfacer gustos y necesidades.

Cientes de compra habitual, son aquellos que realizan compras con cierta regularidad porque están satisfechos con la empresa, el producto y el servicio. Por tanto, es aconsejable brindarles una atención esmerada para incrementar su nivel de satisfacción, y de esa manera, tratar de incrementar su frecuencia de compra. Dentro de este grupo de clientes, se encuentran consumidores que dado el grado de satisfacción que la empresa despierta en ellos deciden mercar quincenal o mensualmente en este almacén. Cada que en la casa de alguno de ellos se acaba la comida o necesitan re abastecerse, siempre piensan como primera opción, dado a que conocen sus instalaciones, sus precios, el portafolio que ahí lograrán encontrar, el servicio al cliente y la calidad de productos. Por estas y muchas más razones no dudan a donde asistir y lo tienen como un hábito el satisfacer sus necesidades.

Clientes de compra ocasional, son aquellos que realizan compras esporádicas o por única vez. Para determinar el porqué de esa situación es aconsejable que cada vez que un nuevo cliente realice su primera compra se le solicite algunos datos que permitan contactar con él en el futuro, de esa manera, se podrá investigar (en caso de que no vuelva a realizar otra compra) el porqué de su alejamiento y el cómo se puede remediar o cambiar ésa situación. Entre este tipo de consumidores, se encuentran las personas que no constantemente asisten a para satisfacer sus necesidades de compra, si no personas que ante el surgimiento de una necesidad y poca satisfacción en otras entidades, acuden como una vía para encontrar el producto que necesitan. A partir de ahí, después de haber conocido las facilidades que le brinda este almacén de cadena, puede que este tipo de clientes esporádicos se sientan identificados con la superficie y pasen a ser parte de los compradores habituales, dando así una oportunidad a dicho portal de convertirse en su aliado.

Por volumen de compra:

Clientes con alto volumen de compras, son aquellos que realizan compras en mayor cantidad que el grueso de clientes, hasta tal punto, que su participación en las ventas totales puede alcanzar entre el 50 y el 80%. Por lo general, éstos clientes están complacidos con la empresa, el producto y el servicio; por tanto, es fundamental retenerlos planificando e implementando un conjunto de actividades que tengan un alto grado de personalización, de manera, que se les haga sentirse especiales. Dentro de este grupo, se encuentran personas en especial señoras que acuden

para comprar todo lo necesario para la casa. Que además encuentran un espacio de dispersión en el que incluso se fortalece la vida social, pues mujeres de su mismo círculo social ejercen la misma actividad y encuentran en almacenes la 14 un punto de encuentro mientras gasta un gran porcentaje monetario en productos de necesidades básicas u otras. Dentro de este grupo encontramos también los restaurantes o las tiendas que compran los insumos en dicha superficie dada la calidad y los buenos precios que le ofrecen al público objetivo.



Clientes del promedio general: son clientes que están satisfechos con la empresa, el producto y el servicio; por ello, realizan compras habituales. Para determinar si vale la pena o no, el cultivarlos para que se conviertan en Clientes con Alto Volumen de Compras, se debe investigar su capacidad de compra y de pago. Dentro de este grupo de clientes se encuentran los consumidores normales, que acuden a la 14 con la intención de comprar un conjunto de productos en específico, conocido también como mercado o canasta familiar para abastecer familias de entre 3 a 5 personas. Son consumidores que disfrutan de comprar en esta plataforma, pues tradicionalmente la conocen, saben de sus precios, las comodidades que prestan y el servicio que allí van a encontrar. Este tipo de cliente se encuentra estrechamente relacionado con las personas que compran bien sea frecuente u habitualmente en la empresa.

Clientes con bajo volumen de compras: son aquellos cuyo volumen de compras está por debajo del promedio, aquellos que no se identifican totalmente con la empresa y es un público al que almacenes la 14 como ente comercial debe llegar con mayor fuerza, pues en ese caso se convierte en un mercado potencial que no ha sido explotado satisfactoriamente. Por lo general son esas mismas personas que compran ocasionalmente, bien sea por necesidad o ante el hecho de que no pudieron conseguir un artículo en el supermercado o almacén de cadena más cercano.

¿QUE COMPRAN Y COMO LO COMPRAN?

La llegada de los supermercados con descuento liderados por Tiendas D1 de propiedad de los Santodomingo y Tiendas Ara de la multinacional portuguesa Jerónimo Martins, pusieron patas arriba el comercio minorista tradicional. Sacaron de su zona de confort a las Supertiendas y Droguerías Olímpicas de propiedad de la familia Char e incluso a grandes almacenes de superficie como El Éxito, Carulla y Surtimax del mismo dueño, el grupo francés Casino.

En su agresiva estrategia de expansión las ventas de estas tiendas aumentaron un 44,7 % en el 2018, pero a pérdida. Por cada \$ 100 en ventas perdieron casi \$ 45 pesos, dinero que en alguna proporción se fue para los bolsillos de los colombianos.

Razón Social	Ingresos 2018	Ingresos 2017	Variación en ingresos	Crecimiento en ingresos	Ganancia (Pérdida)	Rentabilidad 2018
ALMACENES EXITO S.A.	\$ 11.444.486.000	\$ 11.250.922.000	\$ 193.564.000	1,7%	\$ 279.403.000	2,4%
SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA	\$ 6.158.207.111	\$ 5.817.994.063	\$ 340.213.048	5,8%	\$ 82.594.694	1,3%
ALKOSTO - COLOMBIANA DE COMERCO S.A.	\$ 5.773.518.009	\$ 5.177.286.721	\$ 596.231.288	11,5%	\$ 190.841.884	3,3%
KOBA COLOMBIA SAS	\$ 3.811.484.857	\$ 3.124.608.046	\$ 686.876.811	22,0%	-\$ 25.111.595	-0,7%
CENCOSUD COLOMBIA S.A.	\$ 3.772.463.923	\$ 3.839.177.352	-\$ 66.713.429	-1,7%	-\$ 109.706.088	-2,9%
SODIMAC COLOMBIA SA	\$ 3.622.711.680	\$ 3.457.047.231	\$ 165.664.449	4,8%	\$ 177.837.043	4,9%
JERONIM MARTINS COLOMBIA	\$ 2.259.151.269	\$ 1.438.883.069	\$ 820.268.200	57,0%	-\$ 384.600.460	-17,0%
FALABELLA DE COLOMBIA S.A.	\$ 1.882.300.829	\$ 1.649.847.477	\$ 232.453.352	14,1%	\$ 15.200.709	0,8%
MERCADERIA SAS	\$ 1.648.073.135	\$ 772.445.826	\$ 875.627.309	113,4%	-\$ 215.778.445	-13,1%
MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.S.	\$ 1.308.412.350	\$ 1.126.429.381	\$ 181.982.969	16,2%	-\$ 25.428.023	-1,9%
PRICESMART COLOMBIA S.A.S	\$ 1.192.605.431	\$ 1.082.860.183	\$ 109.745.248	10,1%	\$ 21.007.143	1,8%
ALMACENES LA 14 S.A.	\$ 1.126.956.000	\$ 1.499.306.000	-\$ 372.350.000	-24,8%	-\$ 342.142.000	-30,4%

Cifras de las Supersociedades en miles de pesos

Aunque es normal que los nuevos jugadores entren a pérdida para conseguir mercado y que pasen unos diez años antes de generar utilidades, no deja de ser una apuesta que requiere de un gran músculo financiero. Tal es el caso de Koba Colombia o Tiendas D1, cuyo principal

accionista es Valorem, holding de la Familia Santodomingo, que comenzó operaciones en el 2009, y luego de nueve años, en 2018, con más de 800 tiendas a nivel nacional, alcanzó un nivel de pérdidas relativamente bajas, equivalente al 1,7 % de los ingresos, con la expectativa de lograr generar utilidades desde el año entrante.

En solo tres años, la compañía panameña BBI propietaria de Mercadería S.A.S. o Justo & Bueno aumentó sus ventas en un 113,4 %, con unas pérdidas equivalentes al 13,1 % de sus ingresos en más de 550 locales. Creada por un grupo de inversionistas locales que habían participado en la fundación de las Tiendas D1, su apertura trajo enfrentamientos de competencia desleal y presunta restricción de la competencia, demanda y contrademanda, entre Koba y Mercadería SAS.

Una de las estrategias comerciales que los ha impulsado es colocar locales vecinos a los exitosos Café Tostao, también de su propiedad. Ambos negocios tienen como accionista al Grupo Reve, que ha recibido recursos de los fondos colombianos Mercantil Colpatria, Altra Investments, y la estadounidense Alutralis Partners para acelerar su proceso de expansión.

Por su parte, la portuguesa Jeronimo Martins de Colombia, dueña de los almacenes Ara, tuvo un buen año en ventas, las aumentó en un 57%, \$ 820.268 millones, pero de nuevo con pérdidas, en este caso, de \$ 342.142 millones por cuenta del proceso de expansión. En noviembre del año pasado, Jeronimo Martins indicó que invertirá entre \$ 1,8 y 2,1 billones de pesos para abrir más tiendas en el país, que a esa fecha eran 475.

Claramente estas tres alternativas de bajo precio le están mordiendo el mercado a los supermercados tradicionales que han visto migrar a sus consumidores y por ende los han forzado a plantear estrategias novedosas para competir.

Sin embargo, Almacenes Éxito continúa siendo el más grande en el mercado, y la quinta empresa con más ventas en el país. Gracias a sus 540 almacenes en el país en diferentes formatos, obtuvo una rentabilidad neta del 2,4 % mejor que el año anterior (1,9 %). Un crecimiento que se le atribuye en gran parte a la implementación de innovaciones en los formatos: Éxito Wow, Viva, Carulla FreshMartek y Surtimayorista.

Supertiendas Olímpica, cuyos resultados a diferencia de los demás, incluye el negocio de droguerías, tuvo una rentabilidad de 1,3 %, inferior a la presentada en el 2017 (2.1 %) a pesar de que sus ventas crecieron \$340.213 millones, posiblemente debido a que ha le ha tocado reducir los márgenes e invertir en nuevos locales en pueblos y ciudades de la Costa Atlántica para enfrentar la competencia de Tiendas Ara y desde este año las Tiendas D1.

Almacenes La 14, en cambio, que lleva más de 50 años en el mercado, no tuvo un buen 2018, la familia Cardona, que tomó nuevamente el control administrativo a través de Gustavo Andrés Cardona, nada que repunta, en el 2018 sus ingresos se redujeron en \$ 372.350 millones, equivalente a — 24,8 % frente al 2017.

Cencosud de Chile, controlada por el inmigrante alemán Host Paulmann y que opera en Colombia con los supermercados Jumbo y Metro, sigue sin lograr cifras positivas. No así, la también chilena Falabella, bajo el control de siete familias descendientes del fundador, Salvatore Falabella, que logró un buen crecimiento en ventas del 14,1 %, pero con una utilidad baja, de 0.8%. Claro que esta familia es a través de Falabella, también dueña en un 49 % de Sodimac Corona (en compañía de la Organización Corona) creció tanto en ventas como en utilidad, un porcentaje muy similar 4,8 % y 4,9 %, o sea, lo que creció, lo ganó.

Por último, Alkosto — Colombiana de Comercio, cuyo socio mayoritario es Manuel Santiago Mejía, tuvo un buen año, creció en ventas un 11,5 % y en utilidades un 3,3 %, una utilidad que, en proporción, demuestra un mejor desempeño que los grandes: Almacenes Éxito, y Supertiendas y Droguerías Olímpica.

En general, el comercio minorista, tuvo un año con resultados mixtos, puesto que creció en ventas, un 9,2 % (de \$ 29,9 billones en 2017 a \$ 32,7 billones en 2018) pero a costa de su 88 rentabilidad, que fue negativa en un 2,2 % (resultado neto/ingresos totales). Unos resultados planteados en buena medida por los almacenes de descuento, y su agresiva estrategia de expansión.

¿CUALES SON LAS RAZONES DE COMPRA?

- 1. Necesidades básicas Calidad y Precio:** el consumidor tiene inevitablemente que llenar la nevera. (Canasta familiar)

2. **Conveniencia:** el consumidor necesita algo urgentemente en un momento concreto y compra lo que tiene más a mano. (Necesidades)
3. **Recambio:** a veces hay que comprar algo para sustituir otra cosa que ya no da el servicio que se espera de ella.
4. **Escasez:** el consumidor compra un producto por su exclusividad o porque sus existencias son ya muy limitadas.
5. **Prestigio:** el consumidor compra un producto para ganar en —prestigio— de cara a los demás.
6. **Vacío emocional:** a veces la gente compra simplemente para sustituir cosas que ni tiene ni nunca tendrá.
7. **Precios bajos:** un producto a un precio excepcionalmente bajo es casi siempre un imán para el consumidor.
8. **Buena relación calidad-precio:** el consumidor no necesita en realidad el producto, pero lo termina comprando porque su relación calidad-precio es inmejorable.
9. **Reconocimiento del nombre de la marca:** cuando compra por primera vez un determinado producto, el consumidor se suele decantar por la marca más conocida, aquella que le resulta más familiar.
10. **Moda e innovación:** el consumidor compra un producto porque está de moda y todo el mundo habla de él.
11. **Compra obligatoria:** una fuerza externa obliga al consumidor a comprar un producto. Es el caso, por ejemplo, de la compra de uniformes y de libros de texto para el colegio.

12. **Alimento para el ego:** en ocasiones, el consumidor compra simplemente un producto porque cree que éste le va ayudar a sentirse mejor que el resto.
13. **Identificación:** el consumidor compra porque se siente identificado con el target del producto.
14. **Presión:** las compras son a veces motivadas por la necesidad de estar a la altura del resto. La gente compra lo que tienen también sus amigos.
15. **Solidaridad:** el consumidor compra un producto porque cree que haciéndolo está contribuyendo a una buena causa.
16. **Reciprocidad:** en este caso, el consumidor compra un producto para dárselo a otra persona que previamente le ha dado algo.
17. **Empatía:** el consumidor compra un producto porque siente empatía por él, aun siendo consciente de que su relación calidad-precio no es la mejor.
18. **Adicción:** en este caso es una fuerte adicción la que motiva la compra.
19. **Miedo:** en determinadas ocasiones, el consumidor compra algo simplemente para sentirse más seguro y ahuyentar así el miedo.
20. **Indulgencia:** el consumidor compra un producto simplemente por darse el gusto de hacerlo.

¿COMO SELECCIONAN Y POR QUE LO PREFIEREN?

Participación por nivel socioeconómico



Despertar emociones es la razón más importante del porque las personas prefieren disfrutar en la mañana de un tinto bien negro de marca AGUILA ROJA. Esa esencia de la empresa que marca un liderazgo en el sector, esta ayudada por diferentes características del producto y del ente que colaboran en el proceso de como seleccionar el tipo de café y porque preferirlo por encima de tantas marcas que también se han consolidado dentro de dicha industria.

A continuación se presentaran unas de las fortalezas que según Liliana Sangiovanni, son factores supremamente importantes que los hacen centrarse en un punto más alto de competitividad:

- Buena imagen.
- Diversas presentaciones.

- Confiabilidad.
- Competencia y capacidad.
- Cortesía, cuidado, entretenimiento.
- Satisfacción.
- Atención inmediata.
- Compresión de lo que el cliente quiere
- Expresión de interés por el Cliente
- El cliente es la persona más importante en la empresa.
- El cliente es su propósito de trabajo.
- Su trabajo en satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de susclientes.

ESTRATEGIAS Y TACTICAS UTILIZADAS

LAS 3 ESTRATEGIAS BÁSICAS PARA COMPETIR EN EL SECTOR RETAIL

Marketing, Retail, Tiendas, Visual Merchandising Por CAAD Retail Design 0 Comentarios customer experience, espacios comerciales, fidelizacion, retail, retail design, retail marketing, tiendas, visual merchandising

Esto sucede con frecuencia, son muchas las marcas que reportan esta problemática, sin embargo, el problema no está en el mercado, no se trata de que los consumidores no estén dispuestos a comprar.

Tampoco tiene que ver con este problema el hecho de que los consumidores prefieran o no comprar en línea.

Entonces, ¿dónde está el problema?

Lo que sucede es que competir en el sector retail se va convirtiendo en un mayor reto cada vez, esto se debe a que hay más competencia y muchas marcas se permiten el asesoramiento de un consultor para las estrategias de marketing.

De manera que conviene preguntarse qué tipo de asesoramiento se necesita para poder darle un empujón a los resultados y que estos nos favorezcan.

Por eso nos dedicamos en este blog a ayudar al sector retail, queremos que nuestra audiencia pueda encontrar una solución a sus problemas y estamos dispuestos a abordar profundamente cada una de las eventualidades que se presentan en el sector.

En este caso queremos ayudarte a conocer las estrategias más básicas, y por básicas nos referimos a que podrás implementarlas de forma fácil, para obtener buenos resultados.

Ahora bien, debemos aclararte que, como todo en la vida, los resultados en el sector retail se ganan a pulso, con lo que queremos decir que necesitas comprometerte a cumplir las estrategias, de manera que así con responsabilidad y constancias comiences a cosechar resultados.

Ahora bien, estas estrategias básicas son prácticas y muchas se han extrapolado del ámbito del marketing digital.

Te preguntarás por qué aplicar en el ámbito offline estrategias que funcionan en el marketing digital, la respuesta es que estas funcionan no por el ambiente en el que se aplican sino por los principios en los que se basan. Si quieres darle una vuelta a tus resultados, si quieres incrementar las ventas, retener clientes, fidelizarlos hasta convertirlos en embajadores de tu marca, tienda o negocio, entonces tendrás a bien la aplicación de las estrategias.

El objetivo es brindar una experiencia inolvidable

Antes de comenzar con las 3 estrategias básicas para competir en el sector retail, es importante que tengas claridad sobre el objetivo final de cada una de ellas.

Pensarás que la venta es el objetivo final, pero no lo es. Y te preguntarás, ¿pero qué puede ser más importante que la venta?

La respuesta está en el subtítulo de este segmento del artículo, lo más importante es la experiencia.

¿POR QUÉ LA EXPERIENCIA ES LO MÁS IMPORTANTE?

PORQUE SIN UNA EXPERIENCIA POSITIVA NO HAY VENTA, LAS VENTAS SON CONSECUENCIAS DEL TIPO DE EXPERIENCIA QUE OFRECES A TUS CLIENTES POTENCIALES.

Y supongamos que un cliente que no ha tenido la mejor experiencia se aventura a comprar, felicitades habrás obtenido una venta sin el esfuerzo de implementar estrategias que vayan enfocadas en brindar una experiencia extraordinaria, pero lamentamos decirte que será una compra de una sola vez y te tocará esforzarte por retener otro cliente nuevo. En cambio cuando enfocas tus estrategias en brindarle al cliente una experiencia inolvidable, entonces obtendrás la venta como resultado principal y en consecuencia habrás fidelizado a ese cliente quien no solo volverá para comprar en tu tienda, sino que también atraerá a otros para que disfruten de lo que él ha disfrutado comprando tus productos.

Así que enfócate en una experiencia inolvidable y habrás recorrido la mitad del camino, y lograrás competir en buenos términos dentro del sector retail.

Ahora viene la siguiente pregunta, ¿cómo puedes brindar una experiencia inolvidable a tus clientes potenciales?

La creatividad para ello es la principal clave, necesitas ser creativo o creativa para implementar las estrategias desde el contexto situacional de tu tienda, aprovechando los recursos y herramientas que tienes a la mano.

Y hoy tenemos muchas preguntas, pues hemos identificado que son las preguntas que te haces constantemente respecto a cómo hacer para que tu tienda no se quede atrás frente a la competencia.

Seguro te preguntas en este punto ¿cómo puedo convertir la creatividad en mi aliada para impulsar mi negocio? ¿Cómo posiciono mi empresa frente a todas las opciones que tienen mis clientes potenciales en el mercado?

Pues ha llegado el momento esperado, a continuación te presentamos las 3 estrategias más básicas, pero muy efectivas, para lograr competir a buen nivel en el sector retail.

Para que conozcas las respuestas de estas preguntas, te recomiendo que sigas leyendo este post. Aquí te daré 3 claves para que logres el éxito y sea todo un ganador en el mundo del retail.

Conoce el criterio de compra de tus consumidores

El conocimiento es poder, por lo tanto entre más conocimiento tienes sobre tus clientes potenciales más poder tienes sobre ellos. Y no nos referimos a poder para manipularlos, sino para conectar con ellos y saber qué es lo que están esperando ver y encontrar, sentir y tocar, en cuanto

entran a tu tienda.

Esto es importante recalcarlo, tus clientes potenciales quieren una experiencia completa, de lo contrario se quedarían detrás de un ordenador haciendo las cómodas y seguras compras online.

Así que no es comodidad y seguridad lo que más les interesa, es decir, sí quieren esas sensaciones, pero buscan algo adicional y es involucrar todos los sentidos en el proceso de compra.

Entonces, debes preocuparte por conocer más el comportamiento de compra de tus clientes potenciales.

Y es importante que el criterio de compra de los consumidores se somete a por lo menos cuatro factores fundamentales, y serán lo que necesitarás abordar, conocer y definir, de esa manera podrás realizar acciones en tu tienda coherente al comportamiento de compra.

A continuación te resumiremos esos 4 factores fundamentales que necesitas tener en cuenta:

Estilo de vida: Necesitas conocer cómo es el estilo de vida de tus clientes potenciales, cuál es la suma de sus ingresos, en qué tipo de zona vive, si busca o no productos Premium.

Por lo tanto, es importante hacer un estudio de mercado a fin de definir el perfil del consumidor retail más ideal para tu negocio.

Hábitos de consumo: Está relacionado al factor anterior, sin embargo más enfocado en qué es lo que tus clientes potenciales prefieren

comprar, qué tipo de productos están buscando, con cuáles características.

Si prefiere lo más económico, o si está dispuesto a pagar por más calidad, cuáles son las tiendas que más visita.

Cesta de compra: Esto hace referencia a los productos que considera básicos, los que adquiere con más regularidad.

Esta información te ayudará para la colocación de productos en el recorrido de compra e incluso en el escaparate.

Lista de productos ideales: Este factor fundamental del criterio de compra es necesario conocerlo, pues si el consumidor, al entrar a tu tienda, no ve alguno de los productos de su lista más ideal entonces probablemente no continúe el recorrido.

Por lo tanto, necesitas saber qué vas a poner en las estanterías y saber también cómo comunicarle que sus productos están en stock.

Así que tenlo presente, en el sector retail el conocimiento respecto a tus clientes potenciales será la primera estrategia que te pondrá sobre la competencia.

Si logras conocerlos podrás llegar a la mente y hacerlo pasar de potencial a cliente fidelizado, y entonces estarás posicionándote en el mercado.

Personalización en la atención

Si algo tiene bien definido el marketing digital y el auge del e-commerce

es que la atención personalizada es un empujón hacia la conversión.

Ya que en el ámbito online no se puede tener al cliente cara a cara se han creado sistemas de automatización que permiten que el usuario se sienta atendido de forma personal o VIP. En el ámbito offline el sector retail tiene la gran ventaja de la oportunidad de tratar al cliente de cara a cara. Así que hay que aprovechar esta ventaja.

La idea es que el cliente se sienta como en casa, y esto se logra a través del trato personalizado, necesitas mejorar la interacción con tus clientes potenciales.

Y viene otra pregunta, que es probablemente la que te estás haciendo en este momento:

¿Cómo puedes personalizar la atención al cliente en el sector retail?

¿Cuáles son los valores a tener en cuenta?

¿Solo debes limitarte al trato con el cliente durante el recorrido de compra?

UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA NO TIENE QUE VER ÚNICAMENTE CON EL TRATO INDIVIDUAL, SINO MÁS BIEN CON LA SENSACIÓN DE EXCLUSIVIDAD.

Existen tiendas con mucho éxito que personalizan sus ofertas, de manera que solo los clientes afiliados por medio de una tarjeta, o aquellos que de alguna forma establecen vínculo con la tienda, tienen acceso a las ofertas.

Esta personalización lleva a la fidelización y les hace sentir a tus clientes, e incluso a los clientes potenciales, que encontrarán valor en una relación comercial con tu tienda.

Así que haz descuentos personalizados en tu punto de venta y llevarás las ventas a otro nivel, logrando hacer de tus clientes embajadores de tus productos o marca.

Por otra parte, otra de las opciones para personalizar la atención, haciendo sentir especiales a tus clientes y motivando a los clientes potenciales a entrar en el grupo exclusivo de tu distinguida clientela, es permitirles a los clientes escoger sus bonos.

Sin importar la estructura de tu oferta, lo importante es que les ofrezcas ventajas exclusivas a tus clientes potenciales, de esa manera los estarás invitando a entrar a un círculo en el que serán atendidos como merecen.

Acciones para una experiencia inolvidable

Ya te hemos hablado sobre la importancia de las experiencias inolvidables. Ahora es importante que sepas cómo hacer posible este tipo de experiencia.

En primer lugar ten presente que las técnicas del marketing tradicional ya han pasado a la historia, no resultan porque el comportamiento de compra de los consumidores ha cambiado significativamente.

Por lo tanto, ya no se trata de vender productos. ¿Debes entonces cerrar tu tienda o vaciarla de productos?

Lógicamente la respuesta es no, pero la venta de tus productos debe ser una consecuencia y no el fin. Debes vender experiencias.

La pregunta es cómo. Puedes comenzar con aplicar ofertas irresistibles, pues son experiencias que quedan en la mente del comprador.

De hecho, la experiencia inolvidable no solo se vincula con precios y ofertas, también marcar la diferencia con amabilidad en la atención ayuda a que el cliente se quede con tu marca.

A continuación algunos aspectos que te ayudarán a incrementar la experiencia positiva e inolvidable de tus clientes en la tienda:

Resuelve problemas que puedan tener

Durante el proceso de compra el cliente puede llegar a tener problemas que si no son resueltos podría abandonar la ruta.

Mantente atento a sus inquietudes e inconvenientes. Repara sus errores, y así lograrás fidelizarlo.

Ayuda a acelerar el proceso de compra

En el caso de los ambientes online el proceso de compra no dura más de un par de minutos, y este es un valor que necesitas en tu tienda física también.

Despeja el área de pago, busca forma de optimizar el mecanismo, reduce la pérdida de tiempo en ese proceso de pago y verás que

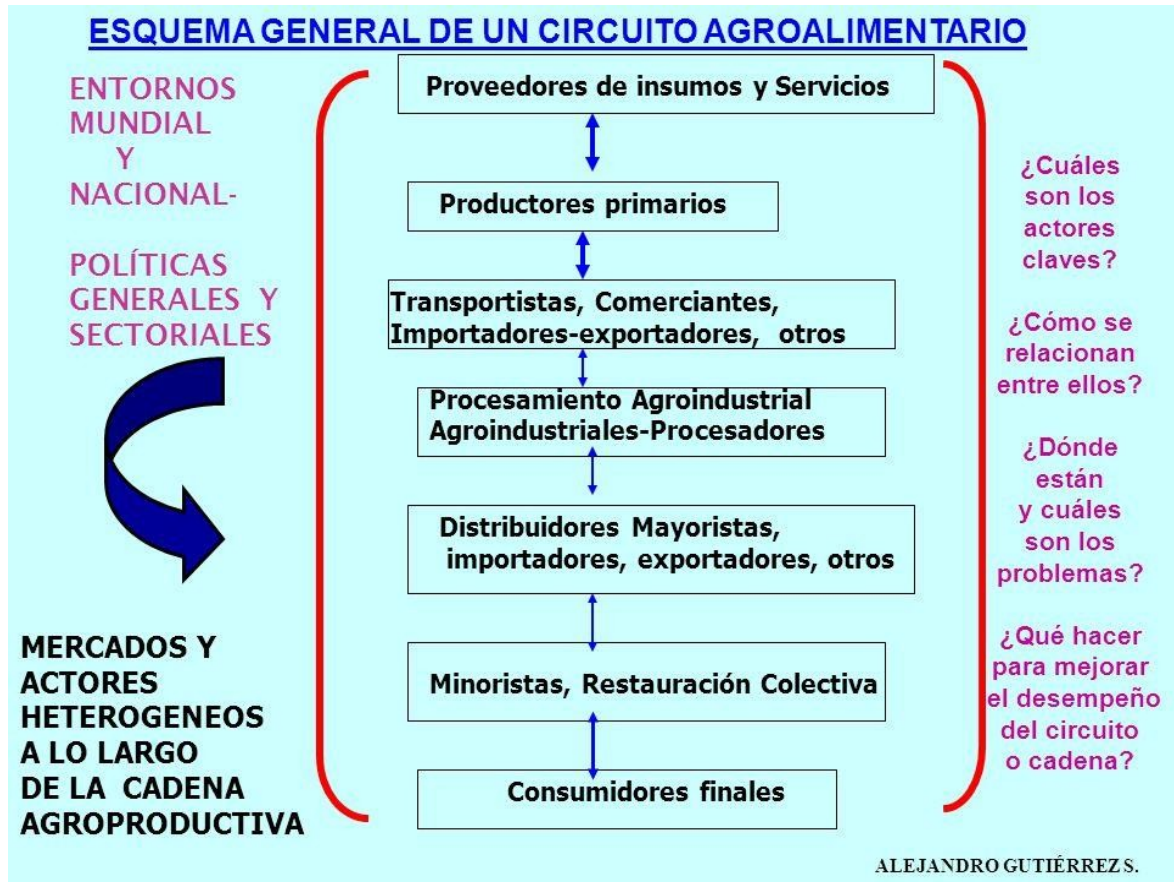
lograrás fidelizar más y dejar una mejor experiencia en tus clientes. Estas dos acciones te ayudarán a brindar una atención inolvidable para tus clientes y en consecuencia tendrás su fidelidad hacia tu tienda y los productos que vendes.

Conclusión

Ahora que conoces las tres claves básicas para competir en el sector retail haciendo sobre salir tu tienda para tus clientes potenciales, lo que sigue es que las implementes con constancia y así te irás acercando cada vez más a tus objetivos de ventas.

No te centres en vender, vender y vender, céntrate en brindar experiencias positivas, en ayudar a tus clientes, en hacer una comunidad de personas que con frecuencia visiten la tienda porque saben que allí encontrarán lo necesario para poder solucionar sus problemas.

TENDENCIAS GLOBALES QUE MARCARAN PAUTA EN EL CONSUMO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO A PARTIR DEL 2018



Desde nuevos enfoques, pasando por ‘packaging’ hasta nuevas formas de rastrear la cadena de suministro, grandes jugadores y ‘startups’ de alimentos asumen innovaciones tecnológicas este año.

Actores inesperados sacudieron la industria alimentaria en 2017. La ‘startup’ Chobani, por ejemplo, consolidó su lugar como la marca de yogur líder en EE UU, dejando atrás a Yoplait, de General Mills, luchando por mantenerse en el mercado. Halo Top, otra ‘startup’, se convirtió en la líder de venta de helados en EE UU, dejando de lado diversas marcas de Unilever en el proceso.

Mientras tanto, Amazon compró Whole Foods por US\$13,700 millones, estimulando a las cadenas de 'retail' a repensar sus estrategias tecnológicas y a las marcas a reconsiderar sus modelos de distribución. Con miras a competir, se pueden ver compañías tradicionales de alimentos ingresando al mundo de las 'startups', realizando adquisiciones y desplegando fondos de capital de riesgo y programas de incubación.

Con estos cambios acercándose, ¿qué traerá consigo el 2018? Desde marcas de alimentos empacados (CPG, por sus siglas en inglés) maniobrando sobre los 'retailers' hasta grandes productores de carne en busca de proteínas alternativas, identificamos las tendencias en alimentos más importantes a mirar en este año.

Las cadenas de 'retail' continúan expandiendo sus marcas propias, estrechando el mercado de las marcas de alimentos empacados.

Los 'retailers' utilizan etiquetas propias para diferenciarse de sus competidores, para controlar mejor el surtido de sus anaqueles y atraer a compradores habituales. 'Retailers' tradicionales han logrado gran éxito con sus etiquetas propias. Por ejemplo, Kirkland Signature de Costco representa la cuarta parte de las ventas de la cadena.

Walmart, Kroger, Safeway y otras cadenas también tienen grandes líneas de etiquetas propias. Estas marcas tienden a enfatizar transparencia y precios accesibles. Este año, se espera ver a más 'retailers' expandiendo productos con etiquetas propias. En 2018, Kroger ve esta estrategia como uno de los pilares de su plan de crecimiento.

Incluso vislumbran el lanzamiento de su marca de ropa antes de mediados de año. Los planes de Albertson, por su lado, se centran en añadir más de 500 productos a su marca orgánica O (valorizada en US\$1,000 millones). CVS también aspira a crecer en el negocio de etiquetas propias. Y la lista continúa...Las marcas propias pueden parecer una bendición para los 'retailers', pero representan una amenaza creciente para las marcas de alimentos empacados. Campbell's, Kellogg's, entre otras, compiten cada vez más cadenas de 'retail' que siempre vieron como sus clientes. Esto siempre ha sido así hasta cierto punto, pero el desafío crece mientras los 'retailers' dependen de manera creciente en sus marcas propias. Sin embargo, esta tendencia no solo está confinada a 'retailers' físicos. Desde que Amazon compró Whole Foods, 365 Everyday Value (marca de la cadena de alimentos orgánicos y saludables) se ha convertido en la segunda marca propia más vendida en Amazon, de acuerdo a One Click Retail.

Además, Amazon continúa desarrollando más etiquetas propias, que reportaron una venta anual de US\$450 millones en 2017. Esto sigue siendo una porción pequeña de los ingresos promedio de Amazon, que alcanzaron los US\$135,000 millones el año pasado. No obstante, mientras Amazon aumenta etiquetas propias en categorías de productos nuevas y continúa empujando las suscripciones automáticas repitiendo los pedidos de sus marcas, eventualmente amenazará a los grandes jugadores de los alimentos empacados.

La plataforma de e-commerce Jet.com (de la que ahora es dueña Walmart) lanzó su primera etiqueta propia en octubre de 2017. Llamada Uniquely J, está enfocada a los 'millennials' urbanos de altos ingresos.

Boxed, otra 'startup' de e-commerce, vende su marca Prince & Spring y Thrive Market, una e-commerce de productos orgánicos, tiene su marca propia, entre otras.

También en 2018 se verá la expansión norteamericana de dos grandes jugadores europeos de los abarrotes en descuento (Aldi y Lidl) que han crecido sustentados por las marcas propias. Los supermercados en EE UU, históricamente, han utilizado menos marcas propias que sus contrapartes europeas, de acuerdo a Euromonitor. Los productos de marcas propias, señala la consultora, representaron el 17% de las ventas en EE UU, pero en el Reino Unido y Alemania fue el doble. Mientras Aldi y Lidl expandan y amenacen a las cadenas americanas, puede que se vea una industria más amplia en cuanto a respuesta de marcas propias se refiere.

NUEVOS INGREDIENTES. La 'startup' líder en proteínas vegetales Beyond Meat utiliza aceite de coco en sus productos.

¿ALIMENTO O SUPLEMENTO DE BELLEZA? Hum Nutrition que ofrece vitaminas nutricionales diseñadas de manera personalizada que se venden a través de la cadena de perfumerías Sephora.

La línea entre productos de comida y belleza es cada vez más delgada

Los suplementos de belleza comestibles no son algo nuevo, pero el capital de riesgo están respaldando una nueva generación de vitaminas con

enfoque de belleza.

Quizás la más notable sea Hum Nutrition que ofrece vitaminas nutricionales diseñadas de manera personalizada que se venden a través de la cadena de perfumerías Sephora. Hum Nutrition ha levantado US\$ 7.5 millones de Strand Equity Partners y otros. Los inversionistas han respaldado de manera reciente otras startups de vitaminas que se enfocan en pelo y piel como Moon Juice, Vital Proteins y The Nue Co.

Incluso las startups de delivery de comida están entrando al negocio de la belleza. Por ejemplo, Sakara Life (US\$ 4.8 millones en financiamiento) y Urban Remedy (US\$ 23 millones) que se enfocan en productos para la piel. Como prueba los “beauty chocolates” de Sakara Life. Estos productos incluyen colágeno, probióticos, antiinflamatorios y otros ingredientes que las marcas prometen mejorarán el aspecto del pelo y/o la piel.

A grandes rasgos, el deseo por ingredientes hechos de plantas atraviesa por igual la industria de la comida y la belleza. Los ingredientes que eligen las marcas de comida también los eligen las marcas de belleza y viceversa. Estos incluyen:

- Probióticos: Estos son las bacterias vivas que prometen mejorar la salud intestinal, Hoy sonestán muy de moda en la industria alimentaria. La Kombucha se ha vuleto muy popular y los líderes de la industria como General Mills (a través de 301 Inc.) han invertido de manera reciente en ‘startups’ de snacks con probióticos. Ya se empiezan a ver

también 'startups' como TULA (respaldada por L Catterton) que enfatizan en probióticos

- Aceite de coco: Se ha vuelto tendencia en belleza, como en la 'startup' Koco Life, y en productos hechos con vegetales. La 'startup' líder en proteínas vegetales Beyond Meat utiliza aceite de coco.
- Cúrcuma: Esta especia está muy de moda por prometer beneficios al sistema inmune, además de aparecer en startups de belleza como Apto Skincare y Nutrafol.
- Moringa: Esta planta del sur asiático ha sido largamente utilizada para cocinar en países como India, Filipinas, entre otros, y han empezado a ganar tracción en EE UU. En 2017, el fondo de inversión de Kellogg's Eighteen94 Capital invirtió en la 'startup' de moringa Kuli Kuli. Marcas de belleza emergentes como Beautycounter y True Moringa también han adoptado su uso. Mientras crece el abastecimiento y los consumidores se vuelven más familiares con la moringa, se podrá ver un mayor crecimiento de este superfood en las marcas de alimentos empacados.
- Arroz: Entre los alimentos más comunes del mundo, el arroz ha atraído 'startups' de belleza que prometen beneficios contra el envejecimiento. Las compañías Function of Beauty, One Love Organics y Glossier utilizan un extracto de arroz en algunos de sus productos. Esto podría tener un efecto entre los productores de arroz.

MUÉSTRAME TUS INGREDIENTES. Daily Harvest es una 'startup' de comida congelada D2C que venden smoothies en base a vegetales, sopas y otros productos. Los productos que figuran en la web de Daily

Harvest no muestran sus empaques. Solo se ven los vegetales que van en cada uno, lo que sería imposible de visualizar en una tienda real.

Compañías de alimentos modernizarán sus etiquetados para favorecer el e-commerce.

Históricamente, las marcas de alimentos empacados ha diseñado su 'packaging' para llamar la atención y diferenciarse del resto en las góndolas. Dentro de tiendas físicas, el tamaño de los anaqueles es un factor limitante y las marcas tienen que planificar cómo muestran sus productos y diseñan sus etiquetas no solo para llamar la atención de los compradores sino también para invisibilizar a sus competidoras.

Pero cuando se trata de 'on line', las marcas enfrentan diferentes problemas. Por un lado, e-commerce puede favorecer a marcas simples de colores enteros al atrapar la mirada de los compradores cuando navegan a través de una web o de Instagram.

Por otro lado, cuando el marketing es online, las marcas pueden mostrar sus productos, no solo el 'packaging'. Las fotos pueden resaltar lo que hay dentro del producto, atrayendo la atención de los compradores a los ingredientes naturales y otras características de una manera más clara de lo que puede hacer solo una etiqueta.

La 'startup' Daily Harvest, que levantó US\$44 millones en diciembre de 2017, ha logrado el éxito combinando estos dos métodos. Daily Harvest es una 'startup' de comida congelada D2C que venden smoothies en base a vegetales, sopas y otros productos. Su empaque exterior utiliza colores enteros y simples, y tiene un logo grande en blanco y negro. Sin

embargo, los productos que figuran en la web de Daily Harvest no muestran sus empaques. Solo se ven las plantas que van en cada uno, lo que sería imposible de visualizar en una tienda real.

Además, se puede ver nuevas tecnologías mejorando la experiencia de las etiquetas online. La 'startup' de e-commerce Boxed anunció de manera reciente una función de realidad aumentada que permite a sus usuarios proyectar sus productos en sus alacenas. De esta manera se podría saber si un paquete de granola entraría en una pequeña cocina típica de Manhattan.

La realidad aumentada ha sido usada sobre todo en e-commerce para productos de ticket alto (Por ejemplo: Houzz y Pottery Barn tienen 'apps' con las que ves cómo quedarían los muebles en tu sala). Sin embargo, la iniciativa de Boxed muestra cómo las compañías de alimentos pueden adaptarse a la tecnología.

¿QUIÉRES SER MI SOCIO? Tyson Foods lanzó el kit de comida Tyson Tastemakers en sociedad con Amazon

Las marcas de alimentos empacados forjan cada vez más alianzas con empresas de distribución como Amazon

Amazon dominó las reuniones de directorio durante 2017. El gigante del comercio fue mencionado en más conferencias de ganancias que Facebook, Apple y Microsoft combinados.

Para las grandes marcas de alimentos que no tienen sus propias e-commerce, asociarse con Amazon podría parecer una atractiva y necesaria opción. Las marcas pueden hacerse de un rápido acceso a la base de usuarios y la infraestructura de TI de Amazon.

Algunas compañías ya han probado este enfoque. Tyson Foods lanzó el kit de comida TysonTastemakers en sociedad con Amazon, mientras que Oreo una suscripción de galletas en caja auspiciada por Amazon. Esperamos ver mayores instancias de cooperación en el futuro cercano.

Sin embargo, puede que esta sea una solución temporal. Cuando las marcas de alimentos dependen de Amazon, Amazon se vuelve dueño de su información de ventas. Esto impactará la habilidad de las marcas para trabajar con sus consumidores en el futuro.

Además, Amazon ha estado expandiendo sus marca propias de comida. Al lanzar marcas como Happy Belly, el gigante del retail se ha movido hacia café, frutos secos, especias orgánicas y más, del mismo modo que los abarroteros están achicando la ganancia de las marcas de alimentos empacados.

Las marcas propias de Amazon (de comida y de no comida) han visto ventas por US\$450 millones en 2017, de acuerdo a OneClickRetail, una fracción muy pequeña de los ingresos por US\$136,000 millones de la

compañía. Sin embargo, la plataforma de Amazon ofrece a marcas privadas argumentos sólidos para crecer. Mirando hacia delante, Amazon podría adaptar sus búsquedas para favorecer a sus marcas propias, motivar suscripciones y 'refills' automáticos y promover sus marcas.

Vender a través de Amazon también cambia la estrategia para las marcas de alimentos empacados. Por ejemplo, en el caso de las compras impulsivas. Las golosinas, los chicles y otros productos similares se han ubicado históricamente cerca de los cajeros para fomentar compras impulsivas de último momento. El e-commerce, por otro lado, no ofrece la inmediatez de la compra compulsiva en tienda en físico. Y, por supuesto, Amazon ya no solo está online. Con la compra el año pasado de Whole Foods, Amazon también tendrá un impacto en las compras offline.

MÁS VIDA. La empresa californiana Apeel Sciences utiliza extractos de plantas para crear un revestimiento invisible y sin sabor que extiende la vida en anaquel de frutas y verduras.

Las compañías de alimentos cambian a empaques amigables con el medio ambiente

Preocupaciones ambientales ganan mayor importancia al tiempo que las marcas de alimentos empacados realizan envíos directamente a los

consumidores. Blue Apron, por ejemplo, ha enfrentado prensa negativa en los últimos años con respecto al cartón y al plástico que utilizan en sus cajas de embarque.

De 2018 en adelante, se verá compañías de alimentos y 'startups' de kits de comida con foco en el impacto ambiental de sus métodos de empaque.

La influencia de Amazon puede que motive algunos cambios. El gigante del 'retail' ha certificado más de 1 millón de productos "libres de frustración" que utilizan menos materiales que los empaques tradicionales. De acuerdo al senior manager de Customer Packaging Experience de Amazon, el programa ha eliminado 83 millones de cajas en total.

En el mundo de los restaurantes, McDonald's ha anunciado de manera reciente que apunta a utilizar empaques reciclados o renovables en un 100%. Debido al tamaño de McDonald's, este cambio podría sostener el crecimiento en la producción de empaques renovables y motivar a otras compañías a seguir este camino.

Con respecto a frutas y verduras, la biotecnología podría ayudar. La empresa californiana Apeel Sciences utiliza extractos de plantas para crear un revestimiento invisible y sin sabor que extiende la vida en anaquel de frutas y verduras. Enfocado para tiendas de abarrotes y productores agrícolas, este método podría ayudar a compañías a producir para distancias más largas y bajar los requerimientos de empaques. Apeel Sciences planea llegar a una escala comercial mayor en 2018.

Otras 'startups' se encuentran desarrollando pilotos en usos de algas y otros materiales naturales para reemplazar los empaques de plástico. Algunos de estos envoltorios no serían lo suficientemente resistentes para servir como empaques exteriores. Sin embargo, podría reemplazar el plástico utilizado para proteger las cápsulas de café Keurig, o los paquetes de especias que vienen en las sopas instantáneas o los utensilios descartables dentro de los packs de comida preparada.

Los empaques hechos en base a plantas podrían significar una reducción de desechos plásticos, pero todavía no han alcanzado un uso masivo. La sostenibilidad en el uso de empaques puede convertirse en un importante diferenciador competitivo para las marcas de comida, especialmente a las que van a vender online.

Las marcas de alimentos empacados construirán sus propios canales de distribución lejos de las tiendas de abarrotes

Si bien los 'retailers' están creando sus marcas propias, las marcas de alimentos empacados seguirán dependiendo de ellos. Kellogg's, Kraft Heinz y otros líderes del rubro no operan tiendas propias, ni siquiera venden sus productos en sus webs.

De manera lenta, pero segura, esto está cambiando. Para dar un ejemplo, Nestlé empujó durante 2017 cambios para controlar su propia distribución. En junio 2017 invirtieron en Freshly, una 'startup' de delivery de comida. Comentaron que con esto esperan utilizar la data de Freshly en clientes para ayudar a que Nestlé crezca.

Meses después, en setiembre, Nestlé gastó US\$500 millones para adquirir la cadena de cafeterías artesanales Blue Bottle, dándole un

nuevo control sobre docenas de cafés (es decir, puntos de venta) a lo largo y ancho de EE UU. La compañía también abrió su primer ‘design concept shop’ de su marca Nespresso en EE UU.

También se han visto señales de debilidad de los líderes en alimentos empacados. Kellogg’s reabrió su Kellogg’s café, un restaurant tematizado con cereales en Manhattan. Kellogg’s también ha invertido en Cargo, una nueva plataforma de distribución, que pone pequeñas máquinas de venta alimentos dentro de vehículos de Uber. Algunas semanas antes, General Mills invirtió en Urban Remedy, una startup de comidas orgánicas con sus propias tiendas y distribución directa.

‘Startups’ de comida también dependen cada vez más de la distribución ‘direct to consume’ (D2C). En vez de vender a tiendas de abarrotes o de conveniencia, venden directamente a sus consumidores online.

El modelo D2C ha ganado tracción en los últimos años en ropa y accesorios, liderado por ‘startups’ como Bonobos y Warby Parker. Sin embargo, solo hemos visto ‘startups’ de comida empacada adoptar el D2C de manera reciente. Estas incluyen Brandless (lanzada a mediados de 2017), Revere (lanzada a mediados de 2017) y Little Spoon (lanzada al inicio de 2017).

Algunas de estas ‘startups’ se posicionan muy claramente en contra de las marcas tradicionales que venden a través de tiendas. Public Goods (US\$840,000 en financiamiento) y Brandless (US\$52.5 millones) han enmarcado sus marcas D2C como respuesta a los altos costos de la cadena de suministro de los grandes jugadores del mercado. Brandless incluso patentó el término “BrandTax”, que define el costo extra que los consumidores pagan por marcas tradicionales. Al distribuir de manera

directa en vez de vender a través de 'retailers', estas 'startups' pueden llevar a compradores a reducir sus visitas a las tiendas. La competencia entre 'startups' D2C, junto al crecimiento de etiquetas propias pone aún más presión sobre los líderes tradicionales de los alimentos empacados. Es por ello que se espera que Nestlé, Kellogg's, Kraft Heinz y otras empiezan a construir, comprar y asociarse de tal modo que puedan controlar su distribución offline y online.

2.3 Encuestas realizadas a los usuarios arrendatarios para determinar sus necesidades y expectativas en relación con los servicios prestados por la Central de Abastos de Bucaramanga.

Se realizaron convocatorias general con el fin de realizar la encuesta al 100% de los usuarios arrendatarios mediante reuniones en el auditorio con apertura a cualquiera que decidiera participar de la actividad, sin embargo, no se tuvo participación de los usuarios arrendatarios bajo esta modalidad.

Debido a lo anterior, se cambió la estrategia por un trabajo de campo mediante la realización de encuestas entre las 4:00 am y las 8:00 am para obtener una atención durante el horario de mayor presencia de usuarios arrendatarios.

Con esta metodología de campo por todos los diferentes módulos y bodegas de Centroabastos S.A. se obtuvieron 60 respuestas para la encuesta, muestra con la cual se presentan los resultados de la misma para tener en cuenta en la generación del Plan de Desarrollo 2024-2028.

A continuación se muestra la encuesta realizada a los usuarios arrendatarios:



ENCUESTA PARA EL PLAN DE DESARROLLO DE CENTROABASTOS S.A.

Fecha de aplicación: _____

Nombre Completo	N° Documento	Tipo de Vinculación con Centroabastos S.A.	N° del Módulo y Bodega
		* Arrendatario	
		* Sub arrendatario	
		* Usuario	

Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos relacionados con la Infraestructura y servicios de Centroabastos S.A. tomando 5 como la mejor calificación y 1 como la peor. Conteste con toda sinceridad señalando la calificación adecuada. GRACIAS

	INFRAESTRUCTURA				
	1	2	3	4	5
1 Tiempos de ingreso a las instalaciones					
2 Estado de las vías internas					
3 Señalización y demarcación en las vías internas					
4 Gestión de residuos, orden y aseo realizada por Centroabastos S.A.					
5 Labores de mantenimiento de los módulos y locales					
6 Labores de mantenimiento de las vías internas					
7 Estado de los módulos (techos, pisos, etc.)					
8 Estado de las góndolas de recolección de residuos					
9 Frentes para el cargue y descargue de productos en los locales					

* Escriba los aspectos a mejorar por parte de Centroabastos S.A. en cualquiera de los temas anteriores

Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos de gestión de Centroabastos S.A. tomando 5 como la mejor calificación y 1 como la peor. Conteste con toda sinceridad señalando la calificación adecuada. GRACIAS

	ASPECTOS DE GESTION				
	1	2	3	4	5
1 Prestación del servicio de la empresa de seguridad privada					
2 Percepción de seguridad en las instalaciones					
3 Horarios establecidos en las instalaciones					
4 Reglamento de funcionamiento de Centro Abastos S.A.					
5 Medios de información: Pantalla LED, avisos, parlantes, etc.					
6 Pagina web de centroabastos					
7 Prestación del servicio de báscula					
8 Funcionamiento de la estación de servicio de combustible					
9 Reconocimiento de la marca CENTROABASTOS S.A.					
10 Eventos masivos para fortalecer la integración de la comunidad Centroabastos.					

* Escriba los aspectos a mejorar por parte de Centroabastos S.A. en cualquiera de los temas anteriores

Califique de 1 a 5 la importancia de desarrollar proyectos en los siguientes aspectos para aportar a un mejor planeta por parte de Centroabastos S.A. tomando 5 como Muy Importante y 1 como Nada Importante. Conteste con toda sinceridad señalando la calificación adecuada. GRACIAS

	PROYECTOS DE SOSTENIBILIDAD				
	1	2	3	4	5
1 Compostaje para reducir la disposición de residuos					
2 Reducción del desperdicio de alimentos					
3 Disponibilidad de parqueaderos particulares					
4 Energías Limpias: Generación con Paneles Solares					
5 Gestión eficiente del Agua					
6 Espacios de frío para la conservación de alimentos					
7 Brigada de mantenimiento de vías internas					
8 Infraestructura de techos de las bodegas					
9 Prestación del servicio de bascula					
10 Funcionamiento de la estación de servicio					
11 Pantallas dentro de las bodegas para mostrar los productos que se están vendiendo					
12 Herramientas web para promocionar los productos ofrecidos en los diferentes locales					
13 Integración de recorridos gastronómicos como opción turística					

* Enumere proyectos o acciones que propondría usted en términos de sostenibilidad para Centroabastos S.A.

Califique de 1 a 5 la importancia (tomando 5 como Muy Importante y 1 como Nada Importante) de implementar acciones de promoción, formación y educación en los siguientes temas:

	ENFERMEDADES TRANSMISIBLES				
	1	2	3	4	5
1 Enfermedades de salud mental					
2 Prevención y tratamiento de abusos de drogas, alcohol y tabaco					
3 Salud sexual y reproductiva y planificación familiar					
4 Promoción de la igualdad de género y diversidad					
5 Mejora de competencias de trabajadores formales e informales					
6 Gestión eficiente del agua					
7 Manejo de tecnologías informáticas					
8 Adopción de prácticas sostenibles					
9 Educación y Sensibilización medioambiental					
10 Herramientas web para promocionar los productos ofrecidos en los diferentes locales					
11 Prevención de prácticas corrupción y soborno					

* Escriba de forma general propuestas de mejora para Centroabastos S.A.

En la siguiente tabla se muestran los resultados de la encuesta diligenciada por los usuarios arrendatarios según los diferentes temas centrales establecidos:

INFRAESTRUCTURA		
ITEM	PREGUNTA	RESULTADO
1	Tiempos de ingreso a las instalaciones	84%
2	Estado de las vías internas	88%
3	Señalización y demarcación en las vías internas	89%
4	Gestión de residuos, orden y aseo realizada por Centroabastos S.A.	85%
5	Labores de mantenimiento de los módulos y locales	86%
6	Labores de mantenimiento de las vías internas	87%
7	Estado de los módulos (techos, pisos, etc.)	78%
8	Estado de las góndolas de recolección de residuos	80%
9	Frentes para el cargue y descargue de productos en los locales	87%
ASPECTOS DE GESTIÓN		
ITEM	PREGUNTA	RESULTADO
10	Prestación del servicio de la empresa de seguridad privada	92%
11	Percepción de seguridad en las instalaciones	96%

12	Horarios establecidos en las instalaciones	83%
13	Reglamento de funcionamiento de Centro Abastos S.A	76%
14	Medios de información: Pantalla LED, avisos, parlantes, etc.	84%
15	Pagina web de centroabastos	90%
16	Prestación del servicio de báscula	92%
17	Funcionamiento de la estación de servicio de combustible	96%
18	Reconocimiento de la marca CENTROABASTOS S.A.	94%
19	Eventos masivos para fortalecer la integración de la comunidad Centroabastos.	71%

FAVORABILIDAD DE TEMÁTICAS PARA PROYECTOS

ITEM	PREGUNTA	RESULTADO
20	Compostaje para reducir la disposición de residuos	94%
21	Reducción del desperdicio de alimentos	93%
22	Disponibilidad de parqueaderos particulares	97%
23	Energías Limpias: Generación con Paneles Solares	93%
24	Gestión eficiente del Agua	96%
25	Espacios de frío para la conservación de alimentos	96%
26	Brigada de mantenimiento de vías internas	89%

27	Mejora en la infraestructura de techos de las bodegas	94%
28	Pantallas dentro de las bodegas para mostrar los productos que se están vendiendo	98%
29	Herramientas web para promocionar los productos ofrecidos en los diferentes locales	81%
30	Integración de recorridos gastronómicos como opción turística	92%

A partir de los resultados de las encuestas se puede concluir que es relevante tener en cuenta en el PLAN DE DESARROLLO ESTRATÉGICO CENTROABASTOS SOSTENIBLE 2024-2028 los siguientes aspectos:

- a. Arreglos generales de los techos de los módulos
- b. Reducir los tiempos de ingreso a las instalaciones
- c. Mantenimiento y/o cambio de las góndolas
- d. Desarrollar estrategias para el desarrollo de eventos masivos para fortalecer la integración de la comunidad Centroabastos

3. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD CON BASE EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE – ODS

3.1 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales también se conocen como los Objetivos Globales, se emitieron por parte de las Naciones Unidas en 2015 como un plan universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad.

Los 17 ODS están integrados: reconocen que la acción en un área afectará los resultados en otras áreas y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad social, económica y ambiental. Los países se han comprometido a priorizar el progreso de los más rezagados.

Los ODS están diseñados para acabar con la pobreza, el hambre, el sida y la discriminación contra mujeres y niñas.

La creatividad, el conocimiento, la tecnología y los recursos financieros de toda la sociedad son necesarios para alcanzar los ODS en todos los contextos.

El análisis de materialidad sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible se basa en determinar aquellos aspectos en que Centroabastos S.A. observa la viabilidad técnica, financiera y de gestión para realizar aportes al cumplimiento de la agenda 2030. A continuación se muestran los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible desglosando las metas e indicadores asociados a cada uno de los objetivos planteados en la agenda 2030:



Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

Los índices de pobreza extrema se han reducido a la mitad desde 1990. Si bien se trata de un logro notable, 1 de cada 5 personas de las regiones en desarrollo aún vive con menos de 1,25 dólares al día, y hay muchos más millones de personas que ganan poco más de esa cantidad diaria, a lo que se añade que hay muchas personas en riesgo de recaer en la pobreza.

La pobreza va más allá de la falta de ingresos y recursos para garantizar unos medios de vida sostenibles. Entre sus manifestaciones se incluyen el hambre y la malnutrición, el acceso limitado a la educación y a otros servicios básicos, la discriminación y la exclusión sociales y la falta de participación en la adopción de decisiones. El crecimiento económico debe ser inclusivo con el fin de crear empleos sostenibles y promover la igualdad.

Metas del Objetivo 1

- 1.1 De aquí a 2030, erradicar para todas las personas y en todo el mundo la pobreza extrema (actualmente se considera que sufren pobreza extrema las personas que viven con menos de 1,25 dólares de los Estados Unidos al día)
- 1.2 De aquí a 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales

Indicadores

- 1.1.1 Proporción de la población que vive por debajo del umbral internacional de pobreza, desglosada por sexo, edad, situación laboral y ubicación geográfica (urbana o rural)
- 1.2.1 Proporción de la población que vive por debajo del umbral nacional de pobreza, desglosada por sexo y edad
- 1.2.2 Proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza, en todas sus dimensiones, con arreglo a las definiciones nacionales



Metas del Objetivo 1

- 1.3 Implementar a nivel nacional sistemas y medidas apropiados de protección social para todos, incluidos niveles mínimos, y, de aquí a 2030, lograr una amplia cobertura de las personas pobres y vulnerables
-
- 1.4 De aquí a 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos y acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de la tierra y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación
-

Indicadores

- 1.3.1 Proporción de la población cubierta por sistemas o niveles mínimos de protección social, desglosada por sexo, distinguiendo entre los niños, los desempleados, los ancianos, las personas con discapacidad, las mujeres embarazadas, los recién nacidos, las víctimas de accidentes de trabajo, los pobres y los vulnerables
-
- 1.4.1 Proporción de la población que vive en hogares con acceso a los servicios básicos
- 1.4.2 Proporción del total de la población adulta con derechos seguros de tenencia de la tierra: *a)* que posee documentación reconocida legalmente al respecto y *b)* considera seguros sus derechos, desglosada por sexo y tipo de tenencia
-

Metas del Objetivo 1

1.5 De aquí a 2030, fomentar la resiliencia de los pobres y las personas que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad y reducir su exposición y vulnerabilidad a los fenómenos extremos relacionados con el clima y otras perturbaciones y desastres económicos, sociales y ambientales

1.a Garantizar una movilización significativa de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para que implementen programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones

Indicadores

1.5.1 Número de personas muertas, desaparecidas y afectadas directamente atribuido a desastres por cada 100.000 habitantes

1.5.2 Pérdidas económicas directas atribuidas a los desastres en relación con el producto interno bruto (PIB) mundial

1.5.3 Número de países que adoptan y aplican estrategias nacionales de reducción del riesgo de desastres en consonancia con el Marco de Sendái para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030

1.5.4 Proporción de gobiernos locales que adoptan y aplican estrategias locales de reducción del riesgo de desastres en consonancia con las estrategias nacionales de reducción del riesgo de desastres

1.a.1 Proporción de los recursos generados a nivel interno que el gobierno asigna directamente a programas de reducción de la pobreza

1.a.2 Proporción del gasto público total que se dedica a servicios esenciales (educación, salud y protección social)

1.a.3 Suma del total de las subvenciones y asignaciones no generadoras de deuda dedicadas directamente a programas de reducción de la pobreza en proporción al PIB



Metas del Objetivo 1

1.b Crear marcos normativos sólidos en los planos nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza

Indicadores

1.b.1 Proporción de los gastos públicos periódicos y de capital que se dedica a sectores que benefician de forma desproporcionada a las mujeres, los pobres y los grupos vulnerables



Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

Si se hace bien, la agricultura, la silvicultura y las piscifactorías pueden suministrar comida nutritiva para todos y generar ingresos decentes, mientras se apoya el desarrollo de las gentes del campo y la protección del medio ambiente.

Pero ahora mismo, nuestros suelos, agua, océanos, bosques y nuestra biodiversidad están siendo rápidamente degradados. El cambio climático está poniendo mayor presión sobre los recursos de los que dependemos y aumentan los riesgos asociados a desastres tales como sequías e inundaciones. Muchas campesinas y campesinos ya no pueden ganarse la vida en sus tierras, lo que les obliga a emigrar a las ciudades en busca de oportunidades.

Necesitamos una profunda reforma del sistema mundial de agricultura y alimentación si queremos nutrir a los 925 millones de hambrientos que existen actualmente y los dos mil millones adicionales de personas que vivirán en el año 2050.

El sector alimentario y el sector agrícola ofrecen soluciones claves para el desarrollo y son vitales para la eliminación del hambre y la pobreza.

Metas del Objetivo 2

- 2.1 De aquí a 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad, incluidos los niños menores de 1 año, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año

Indicadores

- 2.1.1 Prevalencia de la subalimentación
- 2.1.2 Prevalencia de la inseguridad alimentaria moderada o grave entre la población, según la escala de experiencia de inseguridad alimentaria



Metas del Objetivo 2

2.2 De aquí a 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición, incluso logrando, a más tardar en 2025, las metas convenidas internacionalmente sobre el retraso del crecimiento y la emaciación de los niños menores de 5 años, y abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad

2.3 De aquí a 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los ganaderos y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos e insumos de producción y a los conocimientos, los servicios financieros, los mercados y las oportunidades para añadir valor y obtener empleos no agrícolas

Indicadores

2.2.1 Prevalencia del retraso del crecimiento (estatura para la edad, desviación típica < -2 de la mediana de los patrones de crecimiento infantil de la Organización Mundial de la Salud (OMS)) entre los niños menores de 5 años

2.2.2 Prevalencia de la malnutrición (peso para la estatura, desviación típica $> +2$ o < -2 de la mediana de los patrones de crecimiento infantil de la OMS) entre los niños menores de 5 años, desglosada por tipo (emaciación y sobrepeso)

2.3.1 Volumen de producción por unidad de trabajo desglosado por tamaño y tipo de explotación (agropecuaria/ganadera/forestal)

2.3.2 Media de ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, desglosada por sexo y condición indígena

Metas del Objetivo 2

- 2.4 De aquí a 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad de la tierra y el suelo
- 2.5 De aquí a 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus correspondientes especies silvestres, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales conexos y su distribución justa y equitativa, según lo convenido internacionalmente

Indicadores

- 2.4.1 Proporción de la superficie agrícola en que se practica una agricultura productiva y sostenible
- 2.5.1 Número de recursos genéticos vegetales y animales para la alimentación y la agricultura preservados en instalaciones de conservación a medio y largo plazo
- 2.5.2 Proporción de razas y variedades locales consideradas en riesgo de extinción, sin riesgo o con un nivel de riesgo desconocido



Metas del Objetivo 2

2.a Aumentar, incluso mediante una mayor cooperación internacional, las inversiones en infraestructura rural, investigación y servicios de extensión agrícola, desarrollo tecnológico y bancos de genes de plantas y ganado a fin de mejorar la capacidad de producción agropecuaria en los países en desarrollo, particularmente en los países menos adelantados

2.b Corregir y prevenir las restricciones y distorsiones comerciales en los mercados agropecuarios mundiales, incluso mediante la eliminación paralela de todas las formas de subvención a las exportaciones agrícolas y todas las medidas de exportación con efectos equivalentes, de conformidad con el mandato de la Ronda de Doha para el Desarrollo

2.c Adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a la información sobre los mercados, incluso sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos

Indicadores

2.a.1 Índice de orientación agrícola para el gasto público

2.a.2 Total de corrientes oficiales de recursos (asistencia oficial para el desarrollo más otras corrientes oficiales) destinado al sector agrícola

2.b.1 Subsidios a la exportación de productos agropecuarios

2.c.1 Indicador de anomalías en los precios de los alimentos



Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades

Para lograr el desarrollo sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos a cualquier edad. Se han obtenido grandes progresos en relación con el aumento de la esperanza de vida y la reducción de algunas de las causas de muerte más comunes relacionadas con la mortalidad infantil y materna. Se han logrado grandes avances en cuanto al aumento del acceso al agua limpia y el saneamiento, la reducción de la malaria, la tuberculosis, la poliomielitis y la propagación del VIH/SIDA. Sin embargo, se necesitan muchas más iniciativas para erradicar por completo una amplia gama de enfermedades y hacer frente a numerosas y variadas cuestiones persistentes y emergentes relativas a la salud.

Metas del Objetivo 3

- 3.1 De aquí a 2030, reducir la tasa mundial de mortalidad materna a menos de 70 por cada 100.000 nacidos vivos
- 3.2 De aquí a 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos a 12 por cada 1.000 nacidos vivos y la mortalidad de los niños menores de 5 años al menos a 25 por cada 1.000 nacidos vivos

Indicadores

- 3.1.1 Tasa de mortalidad materna
- 3.1.2 Proporción de partos atendidos por personal sanitario especializado
- 3.2.1 Tasa de mortalidad de niños menores de 5 años
- 3.2.2 Tasa de mortalidad neonatal



Metas del Objetivo 3

3.3 De aquí a 2030, poner fin a las epidemias del SIDA, la tuberculosis, la malaria y las enfermedades tropicales desatendidas y combatir la hepatitis, las enfermedades transmitidas por el agua y otras enfermedades transmisibles

3.4 De aquí a 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante su prevención y tratamiento, y promover la salud mental y el bienestar

3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol

3.6 De aquí a 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo

Indicadores

3.3.1 Número de nuevas infecciones por el VIH por cada 1.000 habitantes no infectados, desglosado por sexo, edad y poblaciones clave

3.3.2 Incidencia de la tuberculosis por cada 100.000 habitantes

3.3.3 Incidencia de la malaria por cada 1.000 habitantes

3.3.4 Incidencia de la hepatitis B por cada 100.000 habitantes

3.3.5 Número de personas que requieren intervenciones contra enfermedades tropicales desatendidas

3.4.1 Tasa de mortalidad atribuida a las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, la diabetes o las enfermedades respiratorias crónicas

3.4.2 Tasa de mortalidad por suicidio

3.5.1 Cobertura de los tratamientos (farmacológicos y psicosociales y servicios de rehabilitación y postratamiento) de trastornos por abuso de sustancias adictivas

3.5.2 Consumo nocivo de alcohol, definido según el contexto nacional como el consumo de alcohol per cápita (a partir de los 15 años de edad) durante un año civil en litros de alcohol puro

3.6.1 Tasa de mortalidad por lesiones debidas a accidentes de tráfico

Metas del Objetivo 3

3.7 De aquí a 2030, garantizar el acceso universal a los servicios de salud sexual y reproductiva, incluidos los de planificación familiar, información y educación, y la integración de la salud reproductiva en las estrategias y los programas nacionales

3.8 Lograr la cobertura sanitaria universal, incluida la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas inocuos, eficaces, asequibles y de calidad para todos

3.9 De aquí a 2030, reducir considerablemente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y por la polución y contaminación del aire, el agua y el suelo

3.a Fortalecer la aplicación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco en todos los países, según proceda

Indicadores

3.7.1 Proporción de mujeres en edad de procrear (entre 15 y 49 años) que cubren sus necesidades de planificación familiar con métodos modernos

3.7.2 Tasa de fecundidad de las adolescentes (entre 10 y 14 años y entre 15 y 19 años) por cada 1.000 mujeres de ese grupo de edad

3.8.1 Cobertura de los servicios de salud esenciales (definida como la cobertura media de los servicios esenciales entre la población general y los más desfavorecidos, calculada a partir de intervenciones trazadoras como las relacionadas con la salud reproductiva, materna, neonatal e infantil, las enfermedades infecciosas, las enfermedades no transmisibles y la capacidad de los servicios y el acceso a ellos)

3.8.2 Proporción de la población con grandes gastos sanitarios por hogar como porcentaje del total de gastos o ingresos de los hogares

3.9.1 Tasa de mortalidad atribuida a la contaminación de los hogares y del aire ambiente

3.9.2 Tasa de mortalidad atribuida al agua insalubre, el saneamiento deficiente y la falta de higiene (exposición a servicios insalubres de agua, saneamiento e higiene para todos (WASH))

3.9.3 Tasa de mortalidad atribuida a intoxicaciones involuntarias

3.a.1 Prevalencia del consumo actual de tabaco a partir de los 15 años de edad (edades ajustadas)



Metas del Objetivo 3

3.b Apoyar las actividades de investigación y desarrollo de vacunas y medicamentos contra las enfermedades transmisibles y no transmisibles que afectan primordialmente a los países en desarrollo y facilitar el acceso a medicamentos y vacunas esenciales asequibles de conformidad con la Declaración relativa al Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio y la Salud Pública, en la que se afirma el derecho de los países en desarrollo a utilizar al máximo las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio respecto a la flexibilidad para proteger la salud pública y, en particular, proporcionar acceso a los medicamentos para todos

3.c Aumentar considerablemente la financiación de la salud y la contratación, el perfeccionamiento, la capacitación y la retención del personal sanitario en los países en desarrollo, especialmente en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo

3.d Reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial

Indicadores

3.b.1 Proporción de la población inmunizada con todas las vacunas incluidas en cada programa nacional

3.b.2 Total neto de asistencia oficial para el desarrollo destinado a los sectores de la investigación médica y la atención sanitaria básica

3.b.3 Proporción de centros de salud que disponen de un conjunto básico de medicamentos esenciales asequibles de manera sostenible

3.c.1 Densidad y distribución del personal sanitario

3.d.1 Capacidad prevista en el Reglamento Sanitario Internacional (RSI) y preparación para emergencias de salud



Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos

La consecución de una educación de calidad es la base para mejorar la vida de las personas y el desarrollo sostenible. Se han producido importantes avances con relación a la mejora en el acceso a la educación a todos los niveles y el incremento en las tasas de escolarización en las escuelas, sobre todo en el caso de las mujeres y las niñas. Se ha incrementado en gran medida el nivel mínimo de alfabetización, si bien es necesario redoblar los esfuerzos para conseguir mayores avances en la consecución de los objetivos de la educación universal. Por ejemplo, se ha conseguido la igualdad entre niñas y niños en la educación primaria en el mundo, pero pocos países han conseguido ese objetivo a todos los niveles educativos.

Metas del Objetivo 4

- 4.1 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos
- 4.2 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y educación preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria

Indicadores

- 4.1.1 Proporción de niños, niñas y adolescentes que, a) en los cursos segundo y tercero, b) al final de la enseñanza primaria y c) al final de la enseñanza secundaria inferior, han alcanzado al menos un nivel mínimo de competencia en i) lectura y ii) matemáticas, desglosada por sexo
- 4.2.1 Proporción de niños menores de 5 años cuyo desarrollo es adecuado en cuanto a la salud, el aprendizaje y el bienestar psicosocial, desglosada por sexo
- 4.2.2 Tasa de participación en el aprendizaje organizado (un año antes de la edad oficial de ingreso en la enseñanza primaria), desglosada por sexo



Metas del Objetivo 4

- 4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria
-
- 4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento
-
- 4.5 De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional para las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad
-
- 4.6 De aquí a 2030, asegurar que todos los jóvenes y una proporción considerable de los adultos, tanto hombres como mujeres, estén alfabetizados y tengan nociones elementales de aritmética
-

Indicadores

- 4.3.1 Tasa de participación de los jóvenes y adultos en la enseñanza y formación académica y no académica en los últimos 12 meses, desglosada por sexo
-
- 4.4.1 Proporción de jóvenes y adultos con competencias en tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), desglosada por tipo de competencia técnica
-
- 4.5.1 Índices de paridad (entre mujeres y hombres, zonas rurales y urbanas, quintiles de riqueza superior e inferior y grupos como los discapacitados, los pueblos indígenas y los afectados por los conflictos, a medida que se disponga de datos) para todos los indicadores educativos de esta lista que puedan desglosarse
-
- 4.6.1 Proporción de la población en un grupo de edad determinado que ha alcanzado al menos un nivel fijo de competencia funcional en *a)* alfabetización y *b)* nociones elementales de aritmética, desglosada por sexo
-

Metas del Objetivo 4

4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible

4.a Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad y las diferencias de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos

Indicadores

4.7.1 Grado en que i) la educación para la ciudadanía mundial y ii) la educación para el desarrollo sostenible, incluida la igualdad de género y los derechos humanos, se incorporan en todos los niveles de a) las políticas nacionales de educación, b) los planes de estudio, c) la formación del profesorado y d) la evaluación de los estudiantes

4.a.1 Proporción de escuelas con acceso a a) electricidad, b) Internet con fines pedagógicos, c) computadoras con fines pedagógicos, d) infraestructura y materiales adaptados a los estudiantes con discapacidad, e) suministro básico de agua potable, f) instalaciones de saneamiento básicas separadas por sexo y g) instalaciones básicas para el lavado de manos (según las definiciones de los indicadores WASH)



Metas del Objetivo 4

4.b De aquí a 2020, aumentar considerablemente a nivel mundial el número de becas disponibles para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países africanos, a fin de que sus estudiantes puedan matricularse en programas de enseñanza superior, incluidos programas de formación profesional y programas técnicos, científicos, de ingeniería y de tecnología de la información y las comunicaciones, de países desarrollados y otros países en desarrollo

4.c De aquí a 2030, aumentar considerablemente la oferta de docentes calificados, incluso mediante la cooperación internacional para la formación de docentes en los países en desarrollo, especialmente los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo

Indicadores

4.b.1 Volumen de la asistencia oficial para el desarrollo destinada a becas, desglosado por sector y tipo de estudio

4.c.1 Proporción del profesorado de educación *a)* preescolar, *b)* primaria, *c)* secundaria inferior y *d)* secundaria superior que ha recibido al menos la mínima formación docente organizada previa al empleo o en el empleo (por ejemplo, formación pedagógica) exigida para impartir enseñanza a cada nivel en un país determinado



Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas

Si bien se han producido avances a nivel mundial con relación a la igualdad entre los géneros a través de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (incluida la igualdad de acceso entre niñas y niños a la enseñanza primaria), las mujeres y las niñas siguen sufriendo discriminación y violencia en todos los lugares del mundo.

La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible.

Si se facilita a las mujeres y niñas igualdad en el acceso a la educación, atención médica, un trabajo decente y representación en los procesos de adopción de decisiones políticas y económicas, se impulsarán las economías sostenibles y se beneficiará a las sociedades y a la humanidad en su conjunto.

Metas del Objetivo 5

- 5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo
- 5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación

Indicadores

- 5.1.1 Determinar si existen o no marcos jurídicos para promover, hacer cumplir y supervisar la igualdad y la no discriminación por razón de sexo
- 5.2.1 Proporción de mujeres y niñas a partir de 15 años de edad que han sufrido violencia física, sexual o psicológica a manos de su actual o anterior pareja en los últimos 12 meses, desglosada por forma de violencia y edad
- 5.2.2 Proporción de mujeres y niñas a partir de 15 años de edad que han sufrido violencia sexual a manos de personas que no eran su pareja en los últimos 12 meses, desglosada por edad y lugar del hecho



Metas del Objetivo 5

- 5.a Emprender reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos, así como acceso a la propiedad y al control de la tierra y otros tipos de bienes, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de conformidad con las leyes nacionales
- 5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres
- 5.c Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles

Indicadores

- 5.a.1 a) Proporción del total de la población agrícola con derechos de propiedad o derechos seguros sobre tierras agrícolas, desglosada por sexo; y b) proporción de mujeres entre los propietarios o los titulares de derechos sobre tierras agrícolas, desglosada por tipo de tenencia
- 5.a.2 Proporción de países cuyo ordenamiento jurídico (incluido el derecho consuetudinario) garantiza la igualdad de derechos de la mujer a la propiedad o el control de las tierras
- 5.b.1 Proporción de personas que poseen un teléfono móvil, desglosada por sexo
- 5.c.1 Proporción de países con sistemas para el seguimiento de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y la asignación de fondos públicos para ese fin





Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos

El agua libre de impurezas y accesible para todos es parte esencial del mundo en que queremos vivir. Hay suficiente agua dulce en el planeta para lograr este sueño.

La escasez de recursos hídricos, la mala calidad del agua y el saneamiento inadecuado influyen negativamente en la seguridad alimentaria, las opciones de medios de subsistencia y las oportunidades de educación para las familias pobres en todo el mundo. La sequía afecta a algunos de los países más pobres del mundo, recrudece el hambre y la desnutrición.

Para 2050, al menos una de cada cuatro personas probablemente viva en un país afectado por escasez crónica y reiterada de agua dulce.

Metas del Objetivo 6

- 6.1 De aquí a 2030, lograr el acceso universal y equitativo al agua potable a un precio asequible para todos
- 6.2 De aquí a 2030, lograr el acceso a servicios de saneamiento e higiene adecuados y equitativos para todos y poner fin a la defecación al aire libre, prestando especial atención a las necesidades de las mujeres y las niñas y las personas en situaciones de vulnerabilidad
- 6.3 De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial

Indicadores

- 6.1.1 Proporción de la población que utiliza servicios de suministro de agua potable gestionados sin riesgos
- 6.2.1 Proporción de la población que utiliza: a) servicios de saneamiento gestionados sin riesgos y b) instalaciones para el lavado de manos con agua y jabón
- 6.3.1 Proporción de aguas residuales tratadas de manera adecuada
- 6.3.2 Proporción de masas de agua de buena calidad



Metas del Objetivo 6

- 6.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua
- 6.5 De aquí a 2030, implementar la gestión integrada de los recursos hídricos a todos los niveles, incluso mediante la cooperación transfronteriza, según proceda
- 6.6 De aquí a 2020, proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos
- 6.a De aquí a 2030, ampliar la cooperación internacional y el apoyo prestado a los países en desarrollo para la creación de capacidad en actividades y programas relativos al agua y el saneamiento, como los de captación de agua, desalinización, uso eficiente de los recursos hídricos, tratamiento de aguas residuales, reciclado y tecnologías de reutilización
- 6.b Apoyar y fortalecer la participación de las comunidades locales en la mejora de la gestión del agua y el saneamiento

Indicadores

- 6.4.1 Cambio en el uso eficiente de los recursos hídricos con el paso del tiempo
- 6.4.2 Nivel de estrés hídrico: extracción de agua dulce en proporción a los recursos de agua dulce disponibles
- 6.5.1 Grado de implementación de la gestión integrada de los recursos hídricos (0-100)
- 6.5.2 Proporción de la superficie de cuencas transfronterizas sujetas a arreglos operacionales para la cooperación en materia de aguas
- 6.6.1 Cambio en la extensión de los ecosistemas relacionados con el agua con el paso del tiempo
- 6.a.1 Volumen de la asistencia oficial para el desarrollo destinada al agua y el saneamiento que forma parte de un plan de gastos coordinados por el gobierno
- 6.b.1 Proporción de dependencias administrativas locales que han establecido políticas y procedimientos operacionales para la participación de las comunidades locales en la gestión del agua y el saneamiento



Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos

La energía es central para casi todos los grandes desafíos y oportunidades a los que hace frente el mundo actualmente. Ya sea para los empleos, la seguridad, el cambio climático, la producción de alimentos o para aumentar los ingresos, el acceso a la energía para todos es esencial.

La energía sostenible es una oportunidad —que transforma vidas, economías y el planeta.

El Secretario General de las Naciones Unidas, BAN Ki-moon, está a la cabeza de la iniciativa Energía sostenible para todos para asegurar el acceso universal a los servicios de energía modernos, mejorar el rendimiento y aumentar el uso de fuentes renovables.

Metas del Objetivo 7

- 7.1 De aquí a 2030, garantizar el acceso universal a servicios energéticos asequibles, fiables y modernos
- 7.2 De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas
- 7.3 De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética

Indicadores

- 7.1.1 Proporción de la población que tiene acceso a la electricidad
- 7.1.2 Proporción de la población cuya fuente primaria de energía son los combustibles y tecnologías limpias
- 7.2.1 Proporción de energía renovable en el consumo final total de energía
- 7.3.1 Intensidad energética medida en función de la energía primaria y el PIB



Metas del Objetivo 7

- 7.a De aquí a 2030, aumentar la cooperación internacional para facilitar el acceso a la investigación y la tecnología relativas a la energía limpia, incluidas las fuentes renovables, la eficiencia energética y las tecnologías avanzadas y menos contaminantes de combustibles fósiles, y promover la inversión en infraestructura energética y tecnologías limpias
- 7.b De aquí a 2030, ampliar la infraestructura y mejorar la tecnología para prestar servicios energéticos modernos y sostenibles para todos en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus respectivos programas de apoyo
-

Indicadores

- 7.a.1 Corrientes financieras internacionales hacia los países en desarrollo para apoyar la investigación y el desarrollo de energías limpias y la producción de energía renovable, incluidos los sistemas híbridos
- 7.b.1 Inversiones en eficiencia energética en proporción al PIB y a la cuantía de la inversión extranjera directa en transferencias financieras destinadas a infraestructura y tecnología para servicios de desarrollo sostenible



Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Aproximadamente la mitad de la población mundial todavía vive con el equivalente a unos 2 dólares de los Estados Unidos diarios, y en muchos lugares el hecho de tener un empleo no garantiza la capacidad para escapar de la pobreza. Debemos reflexionar sobre este progreso lento y desigual, y revisar nuestras políticas económicas y sociales destinadas a erradicar la pobreza.

La continua falta de oportunidades de trabajo decente, la insuficiente inversión y el bajo consumo producen una erosión del contrato social básico subyacente en las sociedades democráticas: el derecho de todos a compartir el progreso. La creación de empleos de calidad seguirá constituyendo un gran desafío para casi todas las economías más allá de 2015.

Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente. También tendrá que haber oportunidades laborales para toda la población en edad de trabajar, con condiciones de trabajo decentes.

Metas del Objetivo 8

- 8.1 Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados
- 8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra

Indicadores

- 8.1.1 Tasa de crecimiento anual del PIB real per cápita
- 8.2.1 Tasa de crecimiento anual del PIB real por persona empleada



Metas del Objetivo 8

8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros

8.4 Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados

8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor

8.6 De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación

Indicadores

8.3.1 Proporción de empleo informal en el sector no agrícola, desglosada por sexo

8.4.1 Huella material en términos absolutos, huella material per cápita y huella material por PIB

8.4.2 Consumo material interno en términos absolutos, consumo material interno per cápita y consumo material interno por PIB

8.5.1 Ingreso medio por hora de empleadas y empleados, desglosado por ocupación, edad y personas con discapacidad

8.5.2 Tasa de desempleo, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad

8.6.1 Proporción de jóvenes (entre 15 y 24 años) que no cursan estudios, no están empleados ni reciben capacitación

Metas del Objetivo 8

- 8.7 Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas
- 8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios
- 8.9 De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
- 8.10 Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos

Indicadores

- 8.7.1 Proporción y número de niños de entre 5 y 17 años que realizan trabajo infantil, desglosados por sexo y edad
- 8.8.1 Tasas de frecuencia de las lesiones ocupacionales mortales y no mortales, desglosadas por sexo y estatus migratorio
- 8.8.2 Nivel de cumplimiento nacional de los derechos laborales (libertad de asociación y negociación colectiva) con arreglo a las fuentes textuales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la legislación interna, desglosado por sexo y estatus migratorio
- 8.9.1 PIB generado directamente por el turismo en proporción al PIB total y a la tasa de crecimiento
- 8.9.2 Proporción de empleos en el sector del turismo sostenible respecto del total de empleos del turismo
- 8.10.1 a) Número de sucursales de bancos comerciales por cada 100.000 adultos y b) número de cajeros automáticos por cada 100.000 adultos
- 8.10.2 Proporción de adultos (a partir de 15 años de edad) que tienen una cuenta en un banco u otra institución financiera o un proveedor de servicios de dinero móvil



Metas del Objetivo 8

8.a Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, incluso mediante el Marco Integrado Mejorado para la Asistencia Técnica a los Países Menos Adelantados en Materia de Comercio

8.b De aquí a 2020, desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo

Indicadores

8.a.1 Compromisos y desembolsos en relación con la iniciativa Ayuda para el Comercio

8.b.1 Existencia de una estrategia nacional organizada y en marcha para el empleo de los jóvenes, como estrategia independiente o como parte de una estrategia nacional de empleo



Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Las inversiones en infraestructura (transporte, riego, energía y tecnología de la información y las comunicaciones) son fundamentales para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países. Desde hace tiempo se reconoce que, para conseguir un incremento de la productividad y de los ingresos y mejoras en los resultados sanitarios y educativos, se necesitan inversiones en infraestructura. El ritmo de crecimiento y urbanización también está generando la necesidad de contar con nuevas inversiones en infraestructuras sostenibles que permitirán a las ciudades ser más resistentes al cambio climático e impulsar el crecimiento económico y la estabilidad social.

Además de la financiación gubernamental y la asistencia oficial para el desarrollo, se está promoviendo la financiación del sector privado para los países que necesitan apoyo financiero, tecnológico y técnico.

Metas del Objetivo 9

- 9.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos
- 9.2 Promover una industrialización inclusiva y sostenible y, de aquí a 2030, aumentar significativamente la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados

Indicadores

- 9.1.1 Proporción de la población rural que vive a menos de 2 km de una carretera transitada todo el año
- 9.1.2 Volumen de transporte de pasajeros y carga, desglosado por medio de transporte
- 9.2.1 Valor añadido del sector manufacturero en proporción al PIB y per cápita
- 9.2.2 Empleo del sector manufacturero en proporción al empleo total



Metas del Objetivo 9

- 9.3 Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados
-
- 9.4 De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas
-
- 9.5 Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando considerablemente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en investigación y desarrollo por millón de habitantes y los gastos de los sectores público y privado en investigación y desarrollo
-

Indicadores

- 9.3.1 Proporción del valor añadido total del sector industrial correspondiente a las pequeñas industrias
- 9.3.2 Proporción de las pequeñas industrias que han obtenido un préstamo o una línea de crédito
-
- 9.4.1 Emisiones de CO₂ por unidad de valor añadido
-
- 9.5.1 Gastos en investigación y desarrollo en proporción al PIB
- 9.5.2 Número de investigadores (en equivalente a tiempo completo) por cada millón de habitantes
-

Metas del Objetivo 9

- 9.a Facilitar el desarrollo de infraestructuras sostenibles y resilientes en los países en desarrollo mediante un mayor apoyo financiero, tecnológico y técnico a los países africanos, los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo
- 9.b Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas
- 9.c Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020

Indicadores

- 9.a.1 Total de apoyo internacional oficial (asistencia oficial para el desarrollo más otras corrientes oficiales de recursos) destinado a la infraestructura
- 9.b.1 Proporción del valor añadido por la industria de tecnología mediana y alta en el valor añadido total
- 9.c.1 Proporción de la población con cobertura de red móvil, desglosada por tecnología





Reducir la desigualdad en los países y entre ellos

La comunidad internacional ha logrado grandes avances sacando a las personas de la pobreza. Las naciones más vulnerables —los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo— continúan avanzando en el ámbito de la reducción de la pobreza. Sin embargo, siguen existiendo desigualdades y grandes disparidades en el acceso a los servicios sanitarios y educativos y a otros bienes productivos.

Además, a pesar de que la desigualdad de los ingresos entre países ha podido reducirse, dentro de los propios países ha aumentado la desigualdad. Existe un consenso cada vez mayor de que el crecimiento económico no es suficiente para reducir la pobreza si este no es inclusivo ni tiene en cuenta las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.

Con el fin de reducir la desigualdad, se ha recomendado la aplicación de políticas universales que presten también especial atención a las necesidades de las poblaciones desfavorecidas y marginadas.

Metas del Objetivo 10

- 10.1 De aquí a 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional
- 10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición

Indicadores

- 10.1.1 Tasas de crecimiento per cápita de los gastos o ingresos de los hogares del 40% más pobre de la población y la población total
- 10.2.1 Proporción de personas que viven por debajo del 50% de la mediana de los ingresos, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad



Metas del Objetivo 10

- 10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto
-
- 10.4 Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad
-
- 10.5 Mejorar la reglamentación y vigilancia de las instituciones y los mercados financieros mundiales y fortalecer la aplicación de esos reglamentos
-
- 10.6 Asegurar una mayor representación e intervención de los países en desarrollo en las decisiones adoptadas por las instituciones económicas y financieras internacionales para aumentar la eficacia, fiabilidad, rendición de cuentas y legitimidad de esas instituciones
-
- 10.7 Facilitar la migración y la movilidad ordenadas, seguras, regulares y responsables de las personas, incluso mediante la aplicación de políticas migratorias planificadas y bien gestionadas
-
- 10.a Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, de conformidad con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio
-

Indicadores

- 10.3.1 Proporción de la población que declara haberse sentido personalmente discriminada o acosada en los últimos 12 meses por motivos de discriminación prohibidos por el derecho internacional de los derechos humanos
-
- 10.4.1 Proporción del PIB generada por el trabajo, que comprende los salarios y las transferencias de protección social
-
- 10.5.1 Indicadores de solidez financiera
-
- 10.6.1 Proporción de miembros y derechos de voto de los países en desarrollo en organizaciones internacionales
-
- 10.7.1 Costo de la contratación sufragado por el empleado en proporción a los ingresos anuales percibidos en el país de destino
- 10.7.2 Número de países que han aplicado políticas migratorias bien gestionadas
-
- 10.a.1 Proporción de líneas arancelarias que se aplican a las importaciones de los países menos adelantados y los países en desarrollo con arancel cero
-

Metas del Objetivo 10

- 10.b** Fomentar la asistencia oficial para el desarrollo y las corrientes financieras, incluida la inversión extranjera directa, para los Estados con mayores necesidades, en particular los países menos adelantados, los países africanos, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus planes y programas nacionales
- 10.c** De aquí a 2030, reducir a menos del 3% los costos de transacción de las remesas de los migrantes y eliminar los corredores de remesas con un costo superior al 5%

Indicadores

- 10.b.1** Corrientes totales de recursos para el desarrollo, desglosadas por país receptor y país donante y por tipo de corriente (por ejemplo, asistencia oficial para el desarrollo, inversión extranjera directa y otras corrientes)
- 10.c.1** Costo de las remesas en proporción a las sumas remitidas





Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Las ciudades son hervideros de ideas, comercio, cultura, ciencia, productividad, desarrollo social y mucho más. En el mejor de los casos, las ciudades han permitido a las personas progresar social y económicamente.

Ahora bien, son muchos los problemas que existen para mantener ciudades de manera que se sigan creando empleos y prosperidad sin ejercer presión sobre la tierra y los recursos. Los problemas comunes de las ciudades son la congestión, la falta de fondos para prestar servicios básicos, la escasez de vivienda adecuada y el deterioro de la infraestructura.

Los problemas que enfrentan las ciudades se pueden vencer de manera que les permita seguir prosperando y creciendo, y al mismo tiempo aprovechar mejor los recursos y reducir la contaminación y la pobreza. El futuro que queremos incluye a ciudades de oportunidades, con acceso a servicios básicos, energía, vivienda, transporte y más facilidades para todos.

Metas del Objetivo 11

- 11.1 De aquí a 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales
- 11.2 De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad

Indicadores

- 11.1.1 Proporción de la población urbana que vive en barrios marginales, asentamientos informales o viviendas inadecuadas
- 11.2.1 Proporción de la población que tiene fácil acceso al transporte público, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad



Metas del Objetivo 11

11.3 De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países

11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo

11.5 De aquí a 2030, reducir significativamente el número de muertes causadas por los desastres, incluidos los relacionados con el agua, y de personas afectadas por ellos, y reducir considerablemente las pérdidas económicas directas provocadas por los desastres en comparación con el producto interno bruto mundial, haciendo especial hincapié en la protección de los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad

Indicadores

11.3.1 Relación entre la tasa de consumo de tierras y la tasa de crecimiento de la población

11.3.2 Proporción de ciudades que cuentan con una estructura de participación directa de la sociedad civil en la planificación y la gestión urbanas y funcionan con regularidad y democráticamente

11.4.1 Total de gastos (públicos y privados) per cápita destinados a la preservación, protección y conservación de todo el patrimonio cultural y natural, desglosado por tipo de patrimonio (cultural, natural, mixto y reconocido por el Centro del Patrimonio Mundial), nivel de gobierno (nacional, regional y local o municipal), tipo de gastos (gastos de funcionamiento o inversiones) y tipo de financiación privada (donaciones en especie, financiación procedente del sector privado sin fines de lucro y patrocinio)

11.5.1 Número de personas muertas, desaparecidas y afectadas directamente atribuido a desastres por cada 100.000 personas

11.5.2 Pérdidas económicas directas en relación con el PIB mundial, daños en la infraestructura esencial y número de interrupciones de los servicios básicos atribuidos a desastres

Metas del Objetivo 11

- 11.6 De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo
- 11.7 De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad
- 11.a Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional

Indicadores

- 11.6.1 Proporción de desechos sólidos urbanos recogidos periódicamente y con una descarga final adecuada respecto del total de desechos sólidos urbanos generados, desglosada por ciudad
- 11.6.2 Niveles medios anuales de partículas finas en suspensión (por ejemplo, PM2.5 y PM10) en las ciudades (ponderados según la población)
- 11.7.1 Proporción media de la superficie edificada de las ciudades que se dedica a espacios abiertos para uso público de todos, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad
- 11.7.2 Proporción de personas que han sido víctimas de acoso físico o sexual en los últimos 12 meses, desglosada por sexo, edad, grado de discapacidad y lugar del hecho
- 11.a.1 Proporción de la población residente en ciudades que aplican planes de desarrollo urbano y regional que tienen en cuenta las previsiones demográficas y las necesidades de recursos, desglosada por tamaño de ciudad



Metas del Objetivo 11

11.b De aquí a 2020, aumentar considerablemente el número de ciudades y asentamientos humanos que adoptan e implementan políticas y planes integrados para promover la inclusión, el uso eficiente de los recursos, la mitigación del cambio climático y la adaptación a él y la resiliencia ante los desastres, y desarrollar y poner en práctica, en consonancia con el Marco de Sendái para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030, la gestión integral de los riesgos de desastre a todos los niveles

11.c Proporcionar apoyo a los países menos adelantados, incluso mediante asistencia financiera y técnica, para que puedan construir edificios sostenibles y resilientes utilizando materiales locales

Indicadores

11.b.1 Número de países que adoptan y aplican estrategias nacionales de reducción del riesgo de desastres en consonancia con el Marco de Sendái para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030

11.b.2 Proporción de gobiernos locales que adoptan y aplican estrategias locales de reducción del riesgo de desastres en consonancia con las estrategias nacionales de reducción del riesgo de desastres

11.c.1 Proporción del apoyo financiero a los países menos adelantados que se asigna a la construcción y el reacondicionamiento con materiales locales de edificios sostenibles, resilientes y eficientes en el uso de recursos



Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

El consumo y la producción sostenibles consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética, infraestructuras sostenibles y facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos. Su aplicación ayuda a lograr los planes generales de desarrollo, reducir los futuros costos económicos, ambientales y sociales, aumentar la competitividad económica y reducir la pobreza.

El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida. En ese proceso participan distintos interesados, entre ellos empresas, consumidores, encargados de la formulación de políticas, investigadores, científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.

También es necesario adoptar un enfoque sistémico y lograr la cooperación entre los participantes de la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final. Consiste en involucrar a los consumidores mediante la sensibilización y la educación sobre el consumo y los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través de normas y etiquetas, y participando en la contratación pública sostenible, entre otros.

Metas del Objetivo 12

- 12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo

Indicadores

- 12.1.1 Número de países que incluyen como prioridad o meta en las políticas nacionales planes de acción nacionales sobre el consumo y la producción sostenibles



Metas del Objetivo 12

12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales

12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha

12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

Indicadores

12.2.1 Huella material en términos absolutos, huella material per cápita y huella material por PIB

12.2.2 Consumo material interno en términos absolutos, consumo material interno per cápita y consumo material interno por PIB

12.3.1 Índice mundial de pérdidas de alimentos

12.4.1 Número de partes en los acuerdos ambientales multilaterales internacionales sobre desechos peligrosos y otros productos químicos que cumplen sus compromisos y obligaciones de transmitir información como se exige en cada uno de esos acuerdos

12.4.2 Desechos peligrosos generados per cápita y proporción de desechos peligrosos tratados, desglosados por tipo de tratamiento

12.5.1 Tasa nacional de reciclado, en toneladas de material reciclado

Metas del Objetivo 12

- 12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes
- 12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales
- 12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza
- 12.a Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles
- 12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

Indicadores

- 12.6.1 Número de empresas que publican informes sobre sostenibilidad
- 12.7.1 Número de países que aplican políticas y planes de acción sostenibles en materia de adquisiciones públicas
- 12.8.1 Grado en que i) la educación para la ciudadanía mundial y ii) la educación para el desarrollo sostenible (incluida la educación sobre el cambio climático) se incorporan en a) las políticas nacionales de educación, b) los planes de estudio, c) la formación del profesorado y d) la evaluación de los estudiantes
- 12.a.1 Cantidad de apoyo en materia de investigación y desarrollo prestado a los países en desarrollo para el consumo y la producción sostenibles y las tecnologías ecológicamente racionales
- 12.b.1 Número de estrategias o políticas de turismo sostenible y de planes de acción aplicados que incluyen instrumentos de seguimiento y evaluación convenidos



Metas del Objetivo 12

12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas

Indicadores

12.c.1 Cuantía de los subsidios a los combustibles fósiles por unidad de PIB (producción y consumo) y en proporción al total de los gastos nacionales en combustibles fósiles



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

El cambio climático afecta a todos los países en todos los continentes. Tiene un impacto negativo en la economía nacional y en la vida de las personas, de las comunidades y de los países. En un futuro las consecuencias serán todavía peores.

Las personas viven en su propia piel las consecuencias del cambio climático, que incluyen cambios en los patrones climáticos, el aumento del nivel del mar y los fenómenos meteorológicos más extremos. Las emisiones de gases de efecto invernadero causadas por las actividades humanas hacen que esta amenaza aumente. De hecho, las emisiones nunca habían sido tan altas. Si no actuamos, la temperatura media de la superficie del mundo podría aumentar unos 3 grados centígrados este siglo y en algunas zonas del planeta podría ser todavía peor. Las personas más pobres y vulnerables serán los más perjudicados.

Tenemos a nuestro alcance soluciones viables para que los países puedan tener una actividad económica más sostenible y más respetuosa con el medio ambiente. El cambio de actitudes se acelera a medida que más personas están recurriendo a la energía renovable y a otras soluciones para reducir las emisiones.

Pero el cambio climático es un reto global que no respeta las fronteras nacionales. Las emisiones en un punto del planeta afectan a otros lugares lejanos. Es un problema que requiere que la comunidad internacional trabaje de forma coordinada y precisa de la cooperación internacional para que los países en desarrollo avancen hacia una economía baja en carbono. En este sentido, los países adoptaron el Acuerdo de París⁷ sobre cambio climático en diciembre de 2015.



⁷ Véase el Acuerdo de París [en línea] http://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/spanish_paris_agreement.pdf.

Metas del Objetivo 13

13.1 Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países

13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales

Indicadores

13.1.1 Número de personas muertas, desaparecidas y afectadas directamente atribuido a desastres por cada 100.000 personas

13.1.2 Número de países que adoptan y aplican estrategias nacionales de reducción del riesgo de desastres en consonancia con el Marco de Sendái para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030

13.1.3 Proporción de gobiernos locales que adoptan y aplican estrategias locales de reducción del riesgo de desastres en consonancia con las estrategias nacionales de reducción del riesgo de desastres

13.2.1 Número de países que han comunicado el establecimiento o la puesta en marcha de una política, estrategia o plan integrado que aumente su capacidad para adaptarse a los efectos adversos del cambio climático y que promueven la resiliencia al clima y un desarrollo con bajas emisiones de gases de efecto invernadero sin comprometer por ello la producción de alimentos (por ejemplo, un plan nacional de adaptación, una contribución determinada a nivel nacional, una comunicación nacional o un informe bienal de actualización)

Metas del Objetivo 13

- 13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana
-
- 13.a Cumplir el compromiso de los países desarrollados que son partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de lograr para el año 2020 el objetivo de movilizar conjuntamente 100.000 millones de dólares anuales procedentes de todas las fuentes a fin de atender las necesidades de los países en desarrollo respecto de la adopción de medidas concretas de mitigación y la transparencia de su aplicación, y poner en pleno funcionamiento el Fondo Verde para el Clima capitalizándolo lo antes posible

Indicadores

- 13.3.1 Número de países que han incorporado la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana en los planes de estudios de la enseñanza primaria, secundaria y terciaria
- 13.3.2 Número de países que han comunicado una mayor creación de capacidad institucional, sistémica e individual para implementar actividades de adaptación, mitigación y transferencia de tecnología, y medidas de desarrollo
-
- 13.a.1 Suma anual, en dólares de los Estados Unidos, movilizada entre 2020 y 2025 como parte del compromiso de llegar a 100.000 millones de dólares



Metas del Objetivo 13

13.b Promover mecanismos para aumentar la capacidad para la planificación y gestión eficaces en relación con el cambio climático en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, haciendo particular hincapié en las mujeres, los jóvenes y las comunidades locales y marginadas

Indicadores

13.b.1 Número de países menos adelantados y pequeños Estados insulares en desarrollo que reciben apoyo especializado, y cantidad de apoyo, en particular financiero, tecnológico y de creación de capacidad, para los mecanismos de desarrollo de la capacidad de planificación y gestión eficaces en relación con el cambio climático, incluidos los centrados en las mujeres, los jóvenes y las comunidades locales y marginadas



Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

Los océanos del mundo —su temperatura, química, corrientes y vida— mueven sistemas mundiales que hacen que la Tierra sea habitable para la humanidad.

Nuestras precipitaciones, el agua potable, el clima, el tiempo, las costas, gran parte de nuestros alimentos e incluso el oxígeno del aire que respiramos provienen, en última instancia del mar y son regulados por este. Históricamente, los océanos y los mares han sido cauces vitales del comercio y el transporte.

La gestión prudente de este recurso mundial esencial es una característica clave del futuro sostenible.

Metas del Objetivo 14

- 14.1 De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes
- 14.2 De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos
- 14.3 Minimizar y abordar los efectos de la acidificación de los océanos, incluso mediante una mayor cooperación científica a todos los niveles

Indicadores

- 14.1.1 Índice de eutrofización costera y densidad de detritos plásticos flotantes
- 14.2.1 Proporción de zonas económicas exclusivas nacionales gestionadas mediante enfoques basados en los ecosistemas
- 14.3.1 Acidez media del mar (pH) medida en un conjunto convenido de estaciones de muestreo representativas



Metas del Objetivo 14

- 14.4 De aquí a 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y las prácticas pesqueras destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, al menos alcanzando niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas
-
- 14.5 De aquí a 2020, conservar al menos el 10% de las zonas costeras y marinas, de conformidad con las leyes nacionales y el derecho internacional y sobre la base de la mejor información científica disponible
-
- 14.6 De aquí a 2020, prohibir ciertas formas de subvenciones a la pesca que contribuyen a la sobrecapacidad y la pesca excesiva, eliminar las subvenciones que contribuyen a la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y abstenerse de introducir nuevas subvenciones de esa índole, reconociendo que la negociación sobre las subvenciones a la pesca en el marco de la Organización Mundial del Comercio debe incluir un trato especial y diferenciado, apropiado y efectivo para los países en desarrollo y los países menos adelantados⁸
-

Indicadores

- 14.4.1 Proporción de poblaciones de peces cuyos niveles son biológicamente sostenibles
-
- 14.5.1 Cobertura de las zonas protegidas en relación con las zonas marinas
-
- 14.6.1 Progresos realizados por los países en el grado de aplicación de los instrumentos internacionales cuyo objetivo es combatir la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada
-

Metas del Objetivo 14

- 14.7 De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo
- 14.a Aumentar los conocimientos científicos, desarrollar la capacidad de investigación y transferir tecnología marina, teniendo en cuenta los Criterios y Directrices para la Transferencia de Tecnología Marina de la Comisión Oceanográfica Intergubernamental, a fin de mejorar la salud de los océanos y potenciar la contribución de la biodiversidad marina al desarrollo de los países en desarrollo, en particular los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados
- 14.b Facilitar el acceso de los pescadores artesanales a los recursos marinos y los mercados

Indicadores

- 14.7.1 Proporción del PIB correspondiente a la pesca sostenible en los pequeños Estados insulares en desarrollo, en los países menos adelantados y en todos los países
- 14.a.1 Proporción del presupuesto total de investigación asignada a la investigación en el campo de la tecnología marina
- 14.b.1 Progresos realizados por los países en el grado de aplicación de un marco jurídico, reglamentario, normativo o institucional que reconozca y proteja los derechos de acceso para la pesca en pequeña escala



Metas del Objetivo 14

14.c Mejorar la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos aplicando el derecho internacional reflejado en la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, que constituye el marco jurídico para la conservación y la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, como se recuerda en el párrafo 158 del documento “El futuro que queremos”

Indicadores

14.c.1 Número de países que, mediante marcos jurídicos, normativos e institucionales, avanzan en la ratificación, la aceptación y la implementación de los instrumentos relacionados con los océanos que aplican el derecho internacional reflejado en la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar para la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos



Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad

El 30% de la superficie terrestre está cubierta por bosques y estos, además de proporcionar seguridad alimentaria y refugio, son fundamentales para combatir el cambio climático, pues protegen la diversidad biológica y las viviendas de la población indígena. Cada año desaparecen 13 millones de hectáreas de bosque y la degradación persistente de las zonas áridas ha provocado la desertificación de 3.600 millones de hectáreas.

La deforestación y la desertificación —provocadas por las actividades humanas y el cambio climático— suponen grandes retos para el desarrollo sostenible y han afectado a las vidas y los medios de vida de millones de personas en la lucha contra la pobreza. Se están poniendo en marcha medidas destinadas a la gestión forestal y la lucha contra la desertificación.

Metas del Objetivo 15

- 15.1 De aquí a 2020, asegurar la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y sus servicios, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales
- 15.2 De aquí a 2020, promover la puesta en práctica de la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, detener la deforestación, recuperar los bosques degradados y aumentar considerablemente la forestación y la reforestación a nivel mundial

Indicadores

- 15.1.1 Superficie forestal en proporción a la superficie total
- 15.1.2 Proporción de lugares importantes para la biodiversidad terrestre y del agua dulce incluidos en zonas protegidas, desglosada por tipo de ecosistema
- 15.2.1 Avances hacia la gestión forestal sostenible



Metas del Objetivo 15

- 15.3 De aquí a 2030, luchar contra la desertificación, rehabilitar las tierras y los suelos degradados, incluidas las tierras afectadas por la desertificación, la sequía y las inundaciones, y procurar lograr un mundo con efecto neutro en la degradación de las tierras
-
- 15.4 De aquí a 2030, asegurar la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible
-
- 15.5 Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de biodiversidad y, de aquí a 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción
-
- 15.6 Promover la participación justa y equitativa en los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos y promover el acceso adecuado a esos recursos, según lo convenido internacionalmente
-
- 15.7 Adoptar medidas urgentes para poner fin a la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas de flora y fauna y abordar tanto la demanda como la oferta de productos ilegales de flora y fauna silvestres
-

Indicadores

- 15.3.1 Proporción de tierras degradadas en comparación con la superficie total
-
- 15.4.1 Lugares importantes para la biodiversidad de las montañas incluidos en zonas protegidas
- 15.4.2 Índice de cobertura verde de las montañas
-
- 15.5.1 Índice de la Lista Roja
-
- 15.6.1 Número de países que han adoptado marcos legislativos, administrativos y normativos para asegurar una distribución justa y equitativa de los beneficios
-
- 15.7.1 Proporción de especímenes de flora y fauna silvestre comercializados procedentes de la caza furtiva o el tráfico ilícito
-

Metas del Objetivo 15

- 15.8 De aquí a 2020, adoptar medidas para prevenir la introducción de especies exóticas invasoras y reducir significativamente sus efectos en los ecosistemas terrestres y acuáticos y controlar o erradicar las especies prioritarias
- 15.9 De aquí a 2020, integrar los valores de los ecosistemas y la biodiversidad en la planificación, los procesos de desarrollo, las estrategias de reducción de la pobreza y la contabilidad nacionales y locales
- 15.a Movilizar y aumentar significativamente los recursos financieros procedentes de todas las fuentes para conservar y utilizar de forma sostenible la biodiversidad y los ecosistemas
- 15.b Movilizar recursos considerables de todas las fuentes y a todos los niveles para financiar la gestión forestal sostenible y proporcionar incentivos adecuados a los países en desarrollo para que promuevan dicha gestión, en particular con miras a la conservación y la reforestación
- 15.c Aumentar el apoyo mundial a la lucha contra la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas, incluso aumentando la capacidad de las comunidades locales para perseguir oportunidades de subsistencia sostenibles

Indicadores

- 15.8.1 Proporción de países que han aprobado la legislación nacional pertinente y han destinado recursos suficientes para la prevención o el control de las especies exóticas invasoras
- 15.9.1 Avances en el logro de las metas nacionales establecidas de conformidad con la segunda Meta de Aichi para la Diversidad Biológica del Plan Estratégico para la Diversidad Biológica 2011-2020
- 15.a.1 Asistencia oficial para el desarrollo y gasto público destinados a la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y los ecosistemas
- 15.b.1 Asistencia oficial para el desarrollo y gasto público destinados a la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y los ecosistemas
- 15.c.1 Proporción de especímenes de flora y fauna silvestre comercializados procedentes de la caza furtiva o el tráfico ilícito





Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas

El objetivo 16 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos se centra en la promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, la provisión de acceso a la justicia para todos y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles.

Metas del Objetivo 16

16.1 Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo

Indicadores

16.1.1 Número de víctimas de homicidios intencionales por cada 100.000 habitantes, desglosado por sexo y edad

16.1.2 Muertes relacionadas con conflictos por cada 100.000 habitantes, desglosadas por sexo, edad y causa

16.1.3 Proporción de la población que ha sufrido *a)* violencia física, *b)* violencia psicológica y *c)* violencia sexual en los últimos 12 meses

16.1.4 Proporción de la población que se siente segura al caminar sola en su zona de residencia



Metas del Objetivo 16

16.2 Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños

16.3 Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos

16.4 De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los activos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada

Indicadores

16.2.1 Proporción de niños de entre 1 y 17 años que han sufrido algún castigo físico o agresión psicológica a manos de sus cuidadores en el último mes

16.2.2 Número de víctimas de la trata de personas por cada 100.000 habitantes, desglosado por sexo, edad y tipo de explotación

16.2.3 Proporción de mujeres y hombres jóvenes de entre 18 y 29 años que sufrieron violencia sexual antes de cumplir los 18 años

16.3.1 Proporción de víctimas de violencia en los últimos 12 meses que han notificado su victimización a las autoridades competentes u otros mecanismos de resolución de conflictos reconocidos oficialmente

16.3.2 Proporción de detenidos que no han sido condenados en el conjunto de la población reclusa total

16.4.1 Valor total de las corrientes financieras ilícitas entrantes y salientes (en dólares corrientes de los Estados Unidos)

16.4.2 Proporción de armas incautadas, encontradas o entregadas cuyo origen o contexto ilícitos han sido determinados o establecidos por una autoridad competente, de conformidad con los instrumentos internacionales

Metas del Objetivo 16

16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas

16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas

16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades

Indicadores

16.5.1 Proporción de personas que han tenido al menos un contacto con un funcionario público y que han pagado un soborno a un funcionario público, o a las que un funcionario público les ha pedido un soborno, durante los últimos 12 meses

16.5.2 Proporción de negocios que han tenido al menos un contacto con un funcionario público y que han pagado un soborno a un funcionario público, o a los que un funcionario público les ha pedido un soborno, durante los últimos 12 meses

16.6.1 Gastos primarios del gobierno en proporción al presupuesto aprobado originalmente, desglosados por sector (o por códigos presupuestarios o elementos similares)

16.6.2 Proporción de la población que se siente satisfecha con su última experiencia de los servicios públicos

16.7.1 Proporciones de plazas (desglosadas por sexo, edad, personas con discapacidad y grupos de población) en las instituciones públicas (asambleas legislativas nacionales y locales, administración pública, poder judicial), en comparación con la distribución nacional

16.7.2 Proporción de la población que considera que la adopción de decisiones es inclusiva y responde a sus necesidades, desglosada por sexo, edad, discapacidad y grupo de población



Metas del Objetivo 16

- 16.8 Ampliar y fortalecer la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial
-
- 16.9 De aquí a 2030, proporcionar acceso a una identidad jurídica para todos, en particular mediante el registro de nacimientos
-
- 16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales
-
- 16.a Fortalecer las instituciones nacionales pertinentes, incluso mediante la cooperación internacional, para crear a todos los niveles, particularmente en los países en desarrollo, la capacidad de prevenir la violencia y combatir el terrorismo y la delincuencia
-
- 16.b Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible

Indicadores

- 16.8.1 Proporción de miembros y derechos de voto de los países en desarrollo en organizaciones internacionales
-
- 16.9.1 Proporción de niños menores de 5 años cuyo nacimiento se ha registrado ante una autoridad civil, desglosada por edad
-
- 16.10.1 Número de casos verificados de asesinato, secuestro, desaparición forzada, detención arbitraria y tortura de periodistas, miembros asociados de los medios de comunicación, sindicalistas y defensores de los derechos humanos, en los últimos 12 meses
- 16.10.2 Número de países que adoptan y aplican garantías constitucionales, legales o normativas para el acceso público a la información
-
- 16.a.1 Existencia de instituciones nacionales independientes de derechos humanos, en cumplimiento de los Principios de París
-
- 16.b.1 Proporción de la población que declara haberse sentido personalmente discriminada o acosada en los últimos 12 meses por motivos de discriminación prohibidos por el derecho internacional de los derechos humanos
-



Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Para que una agenda de desarrollo sostenible sea eficaz se necesitan alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas inclusivas se construyen sobre la base de principios y valores, una visión compartida y objetivos comunes que otorgan prioridad a las personas y al planeta, y son necesarias a nivel mundial, regional, nacional y local.

Es preciso adoptar medidas urgentes encaminadas a movilizar, reorientar y aprovechar billones de dólares de recursos privados para generar transformaciones a fin de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se necesitan inversiones a largo plazo, por ejemplo la inversión extranjera directa, en sectores fundamentales, en particular en los países en desarrollo. Entre estos sectores figuran la energía sostenible, la infraestructura y el transporte, así como las tecnologías de la información y las comunicaciones. El sector público deberá establecer una orientación clara al respecto. Deben reformularse los marcos de examen y vigilancia, los reglamentos y las estructuras de incentivos que facilitan esas inversiones a fin de atraer inversiones y fortalecer el desarrollo sostenible. También deben fortalecerse los mecanismos nacionales de vigilancia, en particular las instituciones superiores de auditoría y la función de fiscalización que corresponde al poder legislativo.

Metas del Objetivo 17

Indicadores

Finanzas

17.1	Fortalecer la movilización de recursos internos, incluso mediante la prestación de apoyo internacional a los países en desarrollo, con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole	17.1.1	Total de ingresos del gobierno en proporción al PIB, desglosado por fuente
		17.1.2	Proporción del presupuesto nacional financiado por impuestos internos



Metas del Objetivo 17

- 17.2 Velar por que los países desarrollados cumplan plenamente sus compromisos en relación con la asistencia oficial para el desarrollo, incluido el compromiso de numerosos países desarrollados de alcanzar el objetivo de destinar el 0,7% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países en desarrollo y entre el 0,15% y el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados; se alienta a los proveedores de asistencia oficial para el desarrollo a que consideren la posibilidad de fijar una meta para destinar al menos el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados
-
- 17.3 Movilizar recursos financieros adicionales de múltiples fuentes para los países en desarrollo
-
- 17.4 Ayudar a los países en desarrollo a lograr la sostenibilidad de la deuda a largo plazo con políticas coordinadas orientadas a fomentar la financiación, el alivio y la reestructuración de la deuda, según proceda, y hacer frente a la deuda externa de los países pobres muy endeudados a fin de reducir el endeudamiento excesivo
-

Indicadores

- 17.2.1 Asistencia oficial para el desarrollo neta, total y para los países menos adelantados en proporción al ingreso nacional bruto (INB) de los donantes del Comité de Asistencia para el Desarrollo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)
-
- 17.3.1 Inversión extranjera directa, asistencia oficial para el desarrollo y cooperación Sur-Sur en proporción al presupuesto nacional total
- 17.3.2 Volumen de remesas (en dólares de los Estados Unidos) en proporción al PIB total
-
- 17.4.1 Servicio de la deuda en proporción a las exportaciones de bienes y servicios
-

Metas del Objetivo 17

- 17.5 Adoptar y aplicar sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados

Tecnología

- 17.6 Mejorar la cooperación regional e internacional Norte- Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a estas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenidas, incluso mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular a nivel de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología

- 17.7 Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones concesionarias y preferenciales, según lo convenido de mutuo acuerdo

- 17.8 Poner en pleno funcionamiento, a más tardar en 2017, el banco de tecnología y el mecanismo de apoyo a la creación de capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación para los países menos adelantados y aumentar la utilización de tecnologías instrumentales, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones

Indicadores

- 17.5.1 Número de países que adoptan y aplican sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados

- 17.6.1 Número de acuerdos y programas de cooperación en materia de ciencia o tecnología suscritos por los países, desglosado por tipo de cooperación

- 17.6.2 Número de abonados a Internet de banda ancha fija por cada 100 habitantes, desglosado por velocidad

- 17.7.1 Total de los fondos aprobados para los países en desarrollo a fin de promover el desarrollo, la transferencia y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales

- 17.8.1 Proporción de personas que utilizan Internet



Metas del Objetivo 17

Indicadores

Creación de capacidad

17.9	Aumentar el apoyo internacional para realizar actividades de creación de capacidad eficaces y específicas en los países en desarrollo a fin de respaldar los planes nacionales de implementación de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluso mediante la cooperación Norte-Sur, Sur-Sur y triangular	17.9.1	Valor en dólares de la asistencia financiera y técnica (incluso mediante la cooperación Norte-Sur, Sur-Sur y triangular) prometida a los países en desarrollo
------	---	--------	---

Comercio

17.10	Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo	17.10.1	Promedio arancelario mundial ponderado
17.11	Aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los países menos adelantados en las exportaciones mundiales de aquí a 2020	17.11.1	Participación de los países en desarrollo y los países menos adelantados en las exportaciones mundiales
17.12	Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados libre de derechos y contingentes de manera duradera para todos los países menos adelantados, conforme a las decisiones de la Organización Mundial del Comercio, incluso velando por que las normas de origen preferenciales aplicables a las importaciones de los países menos adelantados sean transparentes y sencillas y contribuyan a facilitar el acceso a los mercados	17.12.1	Promedio de los aranceles que enfrentan los países en desarrollo, los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo

Metas del Objetivo 17

Indicadores

Cuestiones sistémicas

Coherencia normativa e institucional

17.13 Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas

17.13.1 Tablero macroeconómico

17.14 Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible

17.14.1 Número de países que cuentan con mecanismos para mejorar la coherencia de las políticas de desarrollo sostenible

17.15 Respetar el margen normativo y el liderazgo de cada país para establecer y aplicar políticas de erradicación de la pobreza y desarrollo sostenible

17.15.1 Grado de utilización de los marcos de resultados y las herramientas de planificación de los propios países por los proveedores de cooperación para el desarrollo

Asociaciones entre múltiples interesados

17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo

17.16.1 Número de países que informan de sus progresos en los marcos de múltiples interesados para el seguimiento de la eficacia de las actividades de desarrollo que apoyan el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas

17.17.1 Suma en dólares de los Estados Unidos prometida a las: a) alianzas público-privadas y b) alianzas con la sociedad civil



Metas del Objetivo 17

Indicadores

Datos, vigilancia y rendición de cuentas

<p>17.18 De aquí a 2020, mejorar el apoyo a la creación de capacidad prestado a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, para aumentar significativamente la disponibilidad de datos oportunos, fiables y de gran calidad desglosados por ingresos, sexo, edad, raza, origen étnico, estatus migratorio, discapacidad, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos nacionales</p>	<p>17.18.1 Proporción de indicadores de desarrollo sostenible producidos a nivel nacional, con pleno desglose cuando sea pertinente para la meta, de conformidad con los Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales</p> <p>17.18.2 Número de países cuya legislación nacional sobre estadísticas cumple los Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales</p> <p>17.18.3 Número de países que cuentan con un plan estadístico nacional plenamente financiado y en proceso de aplicación, desglosado por fuente de financiación</p>
<p>17.19 De aquí a 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo</p>	<p>17.19.1 Valor en dólares de todos los recursos proporcionados para fortalecer la capacidad estadística de los países en desarrollo</p> <p>17.19.2 Proporción de países que <i>a)</i> han realizado al menos un censo de población y vivienda en los últimos diez años; y <i>b)</i> han registrado el 100% de los nacimientos y el 80% de las defunciones</p>

3.2 Análisis de Materialidad: Como parte integral del *Plan de Desarrollo Estratégico Centroabastos Sostenible 2024-2028* se realizó el análisis de materialidad donde se identifican los diferentes ODS y sus metas en donde se encuentra la posibilidad de aportar en el cumplimiento de la Agenda 2030, arrojando los siguientes resultados:

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
1.-FIN DE LA POBREZA	1.1 Para 2030, erradicar la pobreza extrema para todas las personas en el mundo, actualmente medida por un ingreso por persona inferior a 1,25 dólares al día.	X	
	1.2 Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños y niñas de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales.	X	
	1.3 Poner en práctica a nivel nacional sistemas y medidas apropiadas de protección social para todos y, para 2030, lograr una amplia cobertura de los pobres y los más vulnerables.		X
	1.4 Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los más vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías y los servicios económicos, incluida la microfinanciación.		X
	1.5 Para 2030, fomentar la resiliencia de los pobres y las personas que se encuentran en situaciones vulnerables y reducir su exposición y vulnerabilidad a los fenómenos extremos relacionados con el clima y a otros desastres económicos, sociales y ambientales.		X
	1.a Garantizar una movilización importante de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para poner en práctica programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones.		X
	1.b Crear marcos normativos sólidos en el ámbito nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza.		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
2.-HAMBRE CERO	2.1 Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año		X
	2.2 Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición, incluso logrando, a más tardar en 2025, las metas convenidas internacionalmente sobre el retraso del crecimiento y la emaciación de los niños menores de 5 años, y abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad		X
	2.3 Para 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los pastores y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos de producción e insumos, conocimientos, servicios financieros, mercados y oportunidades para la generación de valor añadido y empleos no agrícolas		X
	2.4 Para 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra		X
	2.5 Para 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus especies silvestres conexas, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales y su distribución justa y equitativa, como se ha convenido internacionalmente		X
	2.a Aumentar las inversiones, incluso mediante una mayor cooperación internacional, en la infraestructura rural, la investigación agrícola y los servicios de extensión, el desarrollo tecnológico y los bancos de genes de plantas y ganado a fin de mejorar la capacidad de producción agrícola en los países en desarrollo, en particular en los países menos adelantados		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	2.b Corregir y prevenir las restricciones y distorsiones comerciales en los mercados agropecuarios mundiales, entre otras cosas mediante la eliminación paralela de todas las formas de subvenciones a las exportaciones agrícolas y todas las medidas de exportación con efectos equivalentes, de conformidad con el mandato de la Ronda de Doha para el Desarrollo		X
	2.c Adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a información sobre los mercados, en particular sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos	X	
3.- SALUD Y BIENESTAR	3.1 Para 2030, reducir la tasa mundial de mortalidad materna a menos de 70 por cada 100.000 nacidos vivos		X
	3.2 Para 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos hasta 12 por cada 1.000 nacidos vivos, y la mortalidad de niños menores de 5 años al menos hasta 25 por cada 1.000 nacidos vivos		X
	3.3 Para 2030, poner fin a las epidemias del SIDA, la tuberculosis, la malaria y las enfermedades tropicales desatendidas y combatir la hepatitis, las enfermedades transmitidas por el agua y otras enfermedades transmisibles		X
	3.4 Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar		X
	3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol	X	
	3.6 Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo	X	
	3.7 Para 2030, garantizar el acceso universal a los servicios de salud sexual y reproductiva, incluidos los de planificación de la familia, información y educación, y la integración de la salud reproductiva en las estrategias y los programas nacionales	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	3.8 Lograr la cobertura sanitaria universal, en particular la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad para todos		X
	3.9 Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo		X
	3.a Fortalecer la aplicación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco en todos los países, según proceda		X
	3.b Apoyar las actividades de investigación y desarrollo de vacunas y medicamentos para las enfermedades transmisibles y no transmisibles que afectan primordialmente a los países en desarrollo y facilitar el acceso a medicamentos y vacunas esenciales asequibles de conformidad con la Declaración de Doha relativa al Acuerdo sobre los ADPIC y la Salud Pública, en la que se afirma el derecho de los países en desarrollo a utilizar al máximo las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio en lo relativo a la flexibilidad para proteger la salud pública y, en particular, proporcionar acceso a los medicamentos para todos		X
	3.c Aumentar sustancialmente la financiación de la salud y la contratación, el desarrollo, la capacitación y la retención del personal sanitario en los países en desarrollo, especialmente en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo		X
	3.d Reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial		X
4.- EDUCACION DE CALIDAD	4.1 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos		X
	4.2 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y educación preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria	X	
	4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento	X	
	4.5 De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional para las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad	X	
	4.6 De aquí a 2030, asegurar que todos los jóvenes y una proporción considerable de los adultos, tanto hombres como mujeres, estén alfabetizados y tengan nociones elementales de aritmética		X
	4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible	X	
	4.a Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad y las diferencias de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos		X
	4.b De aquí a 2020, aumentar considerablemente a nivel mundial el número de becas disponibles para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países africanos, a fin de que sus estudiantes puedan matricularse en programas de enseñanza superior, incluidos programas de formación profesional y programas técnicos, científicos, de ingeniería y de tecnología de la información y las comunicaciones, de países desarrollados y otros países en desarrollo		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	4.c De aquí a 2030, aumentar considerablemente la oferta de docentes calificados, incluso mediante la cooperación internacional para la formación de docentes en los países en desarrollo, especialmente los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo		X
5.- IGUALDAD DE GENERO	5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo		X
	5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación	X	
	5.3 Eliminar todas las prácticas nocivas, como el matrimonio infantil, precoz y forzado y la mutilación genital femenina		X
	5.4 Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país		X
	5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública		X
	5.6 Asegurar el acceso universal a la salud sexual y reproductiva y los derechos reproductivos según lo acordado de conformidad con el Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, la Plataforma de Acción de Beijing y los documentos finales de sus conferencias de examen	X	
	5.a Empezar reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos, así como acceso a la propiedad y al control de la tierra y otros tipos de bienes, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de conformidad con las leyes nacionales		X
	5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres	X	
	5.c Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
6.- AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	6.1 De aquí a 2030, lograr el acceso universal y equitativo al agua potable a un precio asequible para todos		X
	6.2 De aquí a 2030, lograr el acceso a servicios de saneamiento e higiene adecuados y equitativos para todos y poner fin a la defecación al aire libre, prestando especial atención a las necesidades de las mujeres y las niñas y las personas en situaciones de vulnerabilidad		X
	6.3 De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial	X	
	6.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua	X	
	6.5 De aquí a 2030, implementar la gestión integrada de los recursos hídricos a todos los niveles, incluso mediante la cooperación transfronteriza, según proceda		X
	6.6 De aquí a 2020, proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos	X	
	6.a De aquí a 2030, ampliar la cooperación internacional y el apoyo prestado a los países en desarrollo para la creación de capacidad en actividades y programas relativos al agua y el saneamiento, como los de captación de agua, desalinización, uso eficiente de los recursos hídricos, tratamiento de aguas residuales, reciclado y tecnologías de reutilización		X
	6.b Apoyar y fortalecer la participación de las comunidades locales en la mejora de la gestión del agua y el saneamiento		X
7.- ENERGIA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	7.1 De aquí a 2030, garantizar el acceso universal a servicios energéticos asequibles, fiables y modernos		X
	7.2 De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas	X	
	7.3 De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
8.-TRABAJO DESCENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO	7.a De aquí a 2030, aumentar la cooperación internacional para facilitar el acceso a la investigación y la tecnología relativas a la energía limpia, incluidas las fuentes renovables, la eficiencia energética y las tecnologías avanzadas y menos contaminantes de combustibles fósiles, y promover la inversión en infraestructura energética y tecnologías limpias		X
	7.b De aquí a 2030, ampliar la infraestructura y mejorar la tecnología para prestar servicios energéticos modernos y sostenibles para todos en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus respectivos programas de apoyo		X
	8.1 Mantener el crecimiento económico per capita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados		X
	8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra	X	
	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros	X	
	8.4 Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados	X	
	8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor	X	
	8.6 De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	8.7 Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas	X	
	8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios	X	
	8.9 De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales	X	
	8.10 Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos		X
	8.a Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, incluso mediante el Marco Integrado Mejorado para la Asistencia Técnica a los Países Menos Adelantados en Materia de Comercio		X
	8.b De aquí a 2020, desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo		X
9.- INDUSTRIA INNOVACION E INFRAESTRUCTURA	9.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos		X
	9.2 Promover una industrialización inclusiva y sostenible y, de aquí a 2030, aumentar significativamente la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados		X
	9.3 Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	9.4 De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas	X	
	9.5 Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando considerablemente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en investigación y desarrollo por millón de habitantes y los gastos de los sectores público y privado en investigación y desarrollo		X
	9.a Facilitar el desarrollo de infraestructuras sostenibles y resilientes en los países en desarrollo mediante un mayor apoyo financiero, tecnológico y técnico a los países africanos, los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo		X
	9.b Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas		X
	9.c Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020	X	
10.- REDUCCION DE LAS DESIGUALDADES	10.1 De aquí a 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional		X
	10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición	X	
	10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	10.4 Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad	X	
	10.5 Mejorar la reglamentación y vigilancia de las instituciones y los mercados financieros mundiales y fortalecer la aplicación de esos reglamentos		X
	10.6 Asegurar una mayor representación e intervención de los países en desarrollo en las decisiones adoptadas por las instituciones económicas y financieras internacionales para aumentar la eficacia, fiabilidad, rendición de cuentas y legitimidad de esas instituciones		X
	10.7 Facilitar la migración y la movilidad ordenadas, seguras, regulares y responsables de las personas, incluso mediante la aplicación de políticas migratorias planificadas y bien gestionadas		X
	10.a Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, de conformidad con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio		X
	10.b Fomentar la asistencia oficial para el desarrollo y las corrientes financieras, incluida la inversión extranjera directa, para los Estados con mayores necesidades, en particular los países menos adelantados, los países africanos, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus planes y programas nacionales		X
	10.c De aquí a 2030, reducir a menos del 3% los costos de transacción de las remesas de los migrantes y eliminar los corredores de remesas con un costo superior al 5%		X
11.- CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	11.1 De aquí a 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales		X
	11.2 De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad	X	
	11.3 De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países		X
	11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	11.5 De aquí a 2030, reducir significativamente el número de muertes causadas por los desastres, incluidos los relacionados con el agua, y de personas afectadas por ellos, y reducir considerablemente las pérdidas económicas directas provocadas por los desastres en comparación con el producto interno bruto mundial, haciendo especial hincapié en la protección de los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad	X	
	11.6 De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo	X	
	11.7 De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad	X	
	11.b De aquí a 2020, aumentar considerablemente el número de ciudades y asentamientos humanos que adoptan e implementan políticas y planes integrados para promover la inclusión, el uso eficiente de los recursos, la mitigación del cambio climático y la adaptación a él y la resiliencia ante los desastres, y desarrollar y poner en práctica, en consonancia con el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030, la gestión integral de los riesgos de desastre a todos los niveles		X
	11.c Proporcionar apoyo a los países menos adelantados, incluso mediante asistencia financiera y técnica, para que puedan construir edificios sostenibles y resilientes utilizando materiales locales		X
12.- PRODUCCION Y CONSUMO RESPONSABLE	12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo		X
	12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales	X	
	12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente	X	
	12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización	X	
	12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes	X	
	12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales	X	
	12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza	X	
	12.a Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles		X
	12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales	X	
	12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas		X
13.- ACCION POR EL CLIMA	13.1 Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países	X	
	13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana	X	
	13.a Cumplir el compromiso de los países desarrollados que son partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de lograr para el año 2020 el objetivo de movilizar conjuntamente 100.000 millones de dólares anuales procedentes de todas las fuentes a fin de atender las necesidades de los países en desarrollo respecto de la adopción de medidas concretas de mitigación y la transparencia de su aplicación, y poner en pleno funcionamiento el Fondo Verde para el Clima capitalizándolo lo antes posible		X
	13.b Promover mecanismos para aumentar la capacidad para la planificación y gestión eficaces en relación con el cambio climático en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, haciendo particular hincapié en las mujeres, los jóvenes y las comunidades locales y marginadas		X
	* Reconociendo que la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático es el principal foro intergubernamental internacional para negociar la respuesta mundial al cambio climático.		X
14.- VIDA SUBMARINA	14.1 De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes		X
	14.2 De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos		X
	14.3 Minimizar y abordar los efectos de la acidificación de los océanos, incluso mediante una mayor cooperación científica a todos los niveles		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	14.4 De aquí a 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y las prácticas pesqueras destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, al menos alcanzando niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas		X
	14.5 De aquí a 2020, conservar al menos el 10% de las zonas costeras y marinas, de conformidad con las leyes nacionales y el derecho internacional y sobre la base de la mejor información científica disponible		X
	14.6 De aquí a 2020, prohibir ciertas formas de subvenciones a la pesca que contribuyen a la sobrecapacidad y la pesca excesiva, eliminar las subvenciones que contribuyen a la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y abstenerse de introducir nuevas subvenciones de esa índole, reconociendo que la negociación sobre las subvenciones a la pesca en el marco de la Organización Mundial del Comercio debe incluir un trato especial y diferenciado, apropiado y efectivo para los países en desarrollo y los países menos adelantados ¹		X
	14.7 De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo		X
	14.a Aumentar los conocimientos científicos, desarrollar la capacidad de investigación y transferir tecnología marina, teniendo en cuenta los Criterios y Directrices para la Transferencia de Tecnología Marina de la Comisión Oceanográfica Intergubernamental, a fin de mejorar la salud de los océanos y potenciar la contribución de la biodiversidad marina al desarrollo de los países en desarrollo, en particular los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados		X
	14.b Facilitar el acceso de los pescadores artesanales a los recursos marinos y los mercados		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	14.c Mejorar la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos aplicando el derecho internacional reflejado en la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, que constituye el marco jurídico para la conservación y la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, como se recuerda en el párrafo 158 del documento “El futuro que queremos”		X
15.- VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	15.1 Para 2020, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales		X
	15.2 Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial	X	
	15.3 Para 2030, luchar contra la desertificación, rehabilitar las tierras y los suelos degradados, incluidas las tierras afectadas por la desertificación, la sequía y las inundaciones, y procurar lograr un mundo con una degradación neutra del suelo		X
	15.4 Para 2030, velar por la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible		X
	15.5 Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica y, para 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción	X	
	15.6 Promover la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y promover el acceso adecuado a esos recursos, como se ha convenido internacionalmente		X
	15.7 Adoptar medidas urgentes para poner fin a la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas de flora y fauna y abordar la demanda y la oferta ilegales de productos silvestres		X
	15.8 Para 2020, adoptar medidas para prevenir la introducción de especies exóticas invasoras y reducir de forma significativa sus efectos en los ecosistemas terrestres y acuáticos y controlar o erradicar las especies prioritarias		X



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	15.9 Para 2020, integrar los valores de los ecosistemas y la diversidad biológica en la planificación nacional y local, los procesos de desarrollo, las estrategias de reducción de la pobreza y la contabilidad		X
	15.a Movilizar y aumentar de manera significativa los recursos financieros procedentes de todas las fuentes para conservar y utilizar de forma sostenible la diversidad biológica y los ecosistemas		X
	15.b Movilizar un volumen apreciable de recursos procedentes de todas las fuentes y a todos los niveles para financiar la gestión forestal sostenible y proporcionar incentivos adecuados a los países en desarrollo para que promuevan dicha gestión, en particular con miras a la conservación y la reforestación	X	
	15.c Aumentar el apoyo mundial a la lucha contra la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas, en particular aumentando la capacidad de las comunidades locales para promover oportunidades de subsistencia sostenibles		X
16.- PAZ JUSTICIA E INSTITUCIONES SOLIDAS	16.1 Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo	X	
	16.2 Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños	X	
	16.3 Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos		X
	16.4 De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los activos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada	X	
	16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas	X	
	16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas	X	
	16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades	X	
	16.8 Ampliar y fortalecer la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial		X
	16.9 De aquí a 2030, proporcionar acceso a una identidad jurídica para todos, en particular mediante el registro de nacimientos		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales		X
	16.a Fortalecer las instituciones nacionales pertinentes, incluso mediante la cooperación internacional, para crear a todos los niveles, particularmente en los países en desarrollo, la capacidad de prevenir la violencia y combatir el terrorismo y la delincuencia		X
	16.b Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible		X
17.- ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	FINANZAS		
	17.1 Fortalecer la movilización de recursos internos, incluso mediante la prestación de apoyo internacional a los países en desarrollo, con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole		X
	17.2 Velar por que los países desarrollados cumplan plenamente sus compromisos en relación con la asistencia oficial para el desarrollo, incluido el compromiso de numerosos países desarrollados de alcanzar el objetivo de destinar el 0,7% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países en desarrollo y entre el 0,15% y el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados; se alienta a los proveedores de asistencia oficial para el desarrollo a que consideren la posibilidad de fijar una meta para destinar al menos el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados		X
	17.3 Movilizar recursos financieros adicionales de múltiples fuentes para los países en desarrollo		X
	17.4 Ayudar a los países en desarrollo a lograr la sostenibilidad de la deuda a largo plazo con políticas coordinadas orientadas a fomentar la financiación, el alivio y la reestructuración de la deuda, según proceda, y hacer frente a la deuda externa de los países pobres muy endeudados a fin de reducir el endeudamiento excesivo		X
	TECNOLOGIA		
	17.5 Adoptar y aplicar sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados		X

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	17.6 Mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a estas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenidas, incluso mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular a nivel de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología		X
	17.7 Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones concesionarias y preferenciales, según lo convenido de mutuo acuerdo	X	
	17.8 Poner en pleno funcionamiento, a más tardar en 2017, el banco de tecnología y el mecanismo de apoyo a la creación de capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación para los países menos adelantados y aumentar la utilización de tecnologías instrumentales, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones		X
	CREACION DE CAPACIDAD		
	17.9 Aumentar el apoyo internacional para realizar actividades de creación de capacidad eficaces y específicas en los países en desarrollo a fin de respaldar los planes nacionales de implementación de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluso mediante la cooperación Norte-Sur, Sur-Sur y triangular		X
	COMERCIO		
	17.10 Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo		X
	17.11 Aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los países menos adelantados en las exportaciones mundiales de aquí a 2020	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	17.12 Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados libre de derechos y contingentes de manera duradera para todos los países menos adelantados, conforme a las decisiones de la Organización Mundial del Comercio, incluso velando por que las normas de origen preferenciales aplicables a las importaciones de los países menos adelantados sean transparentes y sencillas y contribuyan a facilitar el acceso a los mercados		X
	CUESTIONES SISTÉMICAS		
	17.13 Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas		X
	17.14 Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible		X
	17.15 Respetar el margen normativo y el liderazgo de cada país para establecer y aplicar políticas de erradicación de la pobreza y desarrollo sostenible		X
	ALIANZAS ENTRE MÚLTIPLES INTERESADOS		
	17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo		X
	17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas		X
	DATOS, SUPERVISIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS		
	17.18 De aquí a 2020, mejorar el apoyo a la creación de capacidad prestado a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, para aumentar significativamente la disponibilidad de datos oportunos, fiables y de gran calidad desglosados por ingresos, sexo, edad, raza, origen étnico, estatus migratorio, discapacidad, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos nacionales		X
	17.19 De aquí a 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores	X	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	METAS	MATERIAL	
		SI	NO
	que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo		X

4. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO CENTROABASTOS S.A.

4.1 Misión:

Actuar como eje articulador de la cadena de almacenamiento, comercialización, distribución y logística del sector agroalimentario, ofreciendo servicios enfocados en las necesidades y expectativas de sus grupos de interés a nivel regional y nacional, basados en principios de calidad, sostenibilidad ambiental, responsabilidad social, innovación y mejora continua.

4.2 Visión:

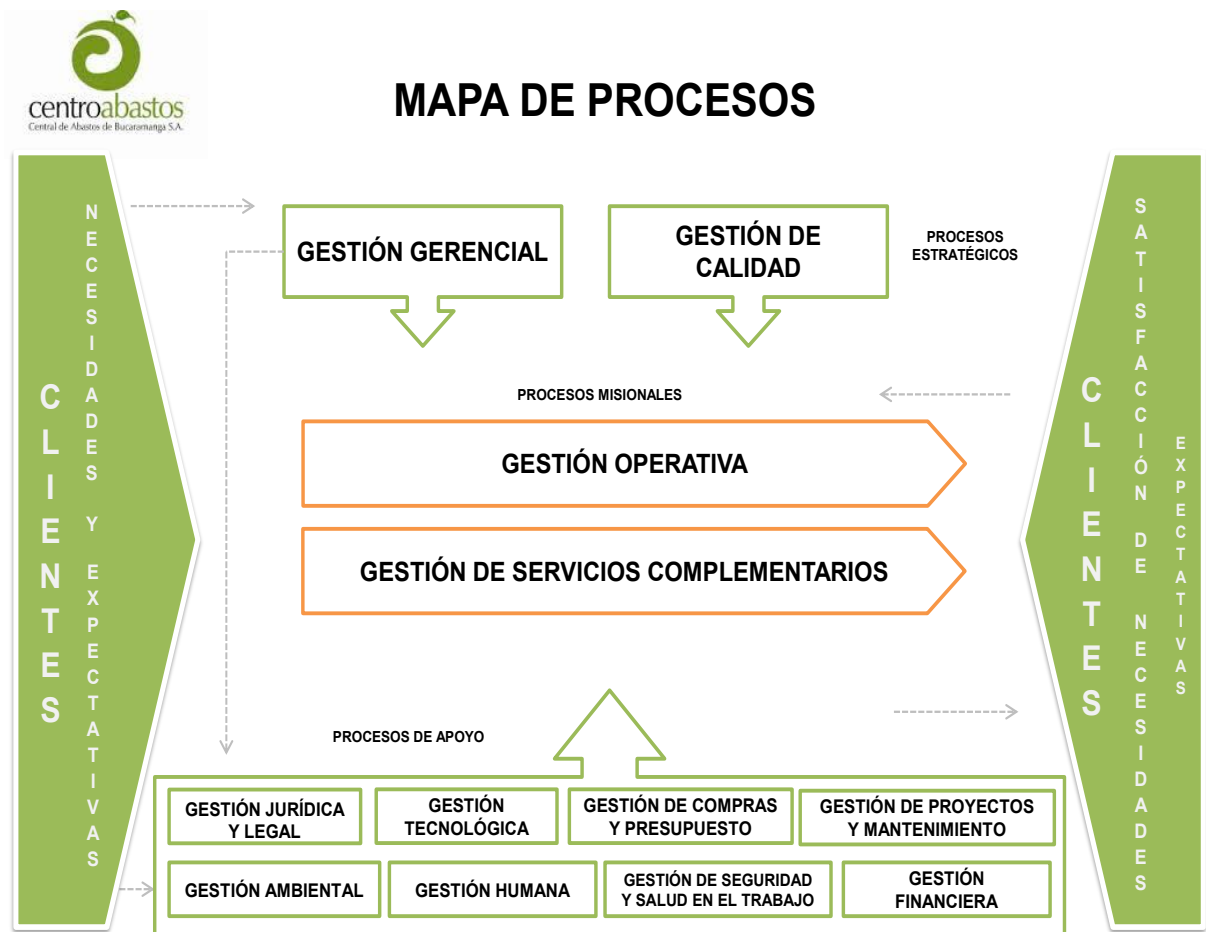
Para el año 2028 Centroabastos S.A. será reconocida a nivel nacional e internacional como un centro logístico del sector agroalimentario pionero en la aplicación de los objetivos de desarrollo sostenible mediante sus prácticas organizacionales en las áreas de gestión ética, económica, ambiental y social.

4.3 Objetivos Estratégicos:

- Incrementar la satisfacción de sus clientes y usuarios mediante la mejora continua de los servicios prestados.
- Implementar acciones dirigidas a lograr una operación ética y transparente enmarcado en el cumplimiento de los requisitos legales aplicables.
- Prestar sus servicios bajo criterios de responsabilidad social, salud y seguridad con sus colaboradores y demás partes interesadas.
- Reducir los impactos ambientales y contribuir a las estrategias nacionales de economía circular y descarbonización.
- Asegurar la viabilidad económica mediante la aplicación de acciones de eficiencia operativa.

- Contribuir al logro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos por Naciones Unidas.

4.4 Mapa de Procesos:



4.5 Despliegue de Objetivos Estratégicos:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	PRESUPUESTO ESTIMADO
Reducir los impactos ambientales y contribuir a las estrategias nacionales de economía circular y descarbonización.	Gestión Ambiental	1	Proyecto de Planta de Manejo de Residuos Sólidos	\$8.000.000.000
		2	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos	\$250.000.000
		3	Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.	\$2.500.000.000
		4	Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR	\$350.000.000
		5	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos	\$100.000.000
		6	Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos	\$400.000.000
		7	Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente	\$60.000.000
		8	Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos	\$35.000.000
		9	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental	\$30.000.000
		10	Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono	\$30.000.000
		12	Cumplimiento con los programas del Plan de Manejo Ambiental (PMA)	\$400.000.000
		13	Implementar estrategias en pro de los animales que circundan el entorno de Centroabastos S.A.	\$300.000.000
		14	Cumplimiento con los programas del Plan Saneamiento Básico	\$400.000.000
	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	24	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica	\$850.000.000

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	PRESUPUESTO ESTIMADO
Implementar acciones dirigidas a lograr una operación ética y transparente enmarcado en el cumplimiento de los requisitos legales aplicables.	Gestión de Seguridad y Salud	15	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022	\$120.000.000
		16	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.	\$130.000.000
		17	Fortalecimiento del Programa de Protección Contra Caídas según lo establecido en la Resolución 4272 de 2021	\$1.200.000.000
		18	Creación de enfermería para atención de situación médicas en las instalaciones de Centroabastos	\$270.000.000
	Gestión Jurídica y Legal	32	Implementación del SAGRILAFT y PTEE	\$50.000.000
		33	Implementación de herramientas biométricas para firma de contratos de arriendo	\$130.000.000
		34	Ajuste de contratos según operación de bodega	-----
		35	Análisis del cumplimiento en materia de Protección de Datos Personales	\$20.000.000
		37	Fortalecer la Accesibilidad de los espacios públicos y comunes para personas con discapacidad que ingresen a Centroabastos.	\$450.000.000
	Asegurar la viabilidad económica mediante la aplicación de acciones de eficiencia operativa.	Gestión Ambiental	11	Implementación de tarifas para la gestión de residuos según volúmenes de generación
Gestión de Proyectos y Mantenimiento		20	Gestionar con entidades ambientales el refuerzo del muro de contención del Rio de Oro	-----
		22	Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.	\$5.250.000.000
		23	Ampliación de zonas de estacionamiento	\$25.000.000.000
		24	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica	\$850.000.000
		25	Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía	\$75.000.000
		28	Estudio de factibilidad para la adecuación de la red de aguas negras de la PTLx	\$420.000.000
		29	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.	\$220.000.000
Gestión Financiera		30	Implementar una herramienta de cálculo de indicadores financieros	-----
		31	Establecer actividades de aseguramiento del Presupuesto de las actividades operativas de la organización	-----

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	PRESUPUESTO ESTIMADO
	Gestión Jurídica y Legal	36	Actualización del Manual de Cartera para establecer criterios que permitan mejorar los niveles de cartera de la organización	\$15.000.000
	Gestión de Calidad	53	Aplicación de un Programa de Gestión Documental para lograr la liberación de espacio físico mediante la digitalización documental que permita la eliminación de archivo inactivo para disposición final	\$225.000.000
Prestar sus servicios bajo criterios de responsabilidad social, salud y seguridad con sus colaboradores y demás partes interesadas.	Gestión de Seguridad y Salud	15	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022	\$15.000.000
		16	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.	\$50.000.000
		17	Fortalecimiento del Programa de Protección Contra Caídas según lo establecido en la Resolución 4272 de 2021	\$80.000.000
		18	Creación de enfermería para atención de situación médicas en las instalaciones de Centroabastos	\$60.000.000
	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	19	Revisión e intervención del muro lindero de Centroabastos S.A	\$60.000.000
		26	Diseño e Implementación de un laboratorio para análisis de aguas	\$800.000.000
		27	Estudio de factibilidad de un salón interactivo de exposición de iniciativas sostenibles	\$350.000.000
	Gestión Tecnológica	38	Modernización de infraestructura tecnológica teniendo en cuenta el Estudio de Seguridad del proveedor de vigilancia	\$1.500.000.000
		39	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico	\$480.000.000
		40	Plan de Digitalización de Trámites	-----
		41	Implementación de Herramientas de Seguridad de la Información	\$200.000.000
	Gestión Humana	42	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.	\$250.000.000
		43	Desarrollar una Estrategia de Gestión del Conocimiento	\$150.000.000
		44	Plan de incentivos	\$1.820.000.000
		45	Abrir espacios permanentes de interacción con los usuarios arrendatarios	\$50.000.000

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	PRESUPUESTO ESTIMADO
Incrementar la satisfacción de sus clientes y usuarios mediante la mejora continua de los servicios prestados.	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	21	Instalación/cambio de techos por mal estado de los mismos y/o finalización de vida útil de techos actuales	\$6.000.000.000
		22	Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.	\$5.250.000.000
		23	Ampliación de zonas de estacionamiento	\$25.000.000.000
		29	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.	\$220.000.000
	Gestión Humana	46	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.	\$50.000.000
	Gestión Operativa	47	Aplicar herramientas tecnológicas para agilizar ingreso a las instalaciones	\$1.000.000.000
		48	Fortalecimiento de la seguridad física	\$300.000.000
		49	Implementación de software de volúmenes y precios	\$60.000.000
	Gestión Servicios Complementarios	50	Ampliación de la Estación de Servicio mediante la instalación de una nueva isla	\$1.050.000.000
		51	Fortalecer los servicios prestados por la Estación de Servicio	\$65.000.000
		52	Implementación de estrategias para la atracción de clientes a los servicios complementarios	-----
	Gestión de Calidad	54	Analizar la viabilidad de la creación de un proceso llamado GESTIÓN COMERCIAL	\$25.000.000
	Gestión Gerencial - Comercial	56	Generar una estrategia de Benchmarking con el fin de fortalecer el conocimiento tanto de la Central de Abastos de Bucaramanga como de usuarios arrendatarios mediante la observación de las mejores prácticas aplicadas	\$1.250.000.000
		59	Fortalecimiento de marca e imagen institucional	\$1.000.000.000
		60	Fortalecimiento de sistemas de comunicación de Centroabastos S.A.	\$1.500.000.000
62		Articular estrategias con entidades gubernamentales la consecución de beneficios para el gremio empresarial de Centroabastos	\$150.000.000	

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	PRESUPUESTO ESTIMADO
Contribuir al logro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos por Naciones Unidas.	Gestión Ambiental	1	Proyecto de Planta de Manejo de Residuos Sólidos	\$8.000.000.000
		2	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos	\$250.000.000
		3	Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.	\$1.000.000.000
		5	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos	\$100.000.000
		6	Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos	\$50.000.000
		7	Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente	\$20.000.000
		8	Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos	\$10.000.000
		9	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental	\$25.000.000
		10	Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono	\$40.000.000
		13	Implementar estrategias en pro de los animales que circundan el entorno de Centroabastos S.A.	\$300.000.000
	Gestión de Calidad	55	Integración y actualización del Sistema de Gestión de Calidad a partir de todos las acciones del PLAN DE DESARROLLO 2024-2028	\$30.000.000
		57	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA	\$180.000.000
	Gestión Gerencial - Comercial	58	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible	\$75.000.000
		61	Actividades de Responsabilidad Social Empresarial promoviendo espacios de hábitos saludables y de deporte en la comunidad de influencia	\$500.000.000
TOTAL ESTIMADO				\$66.000.000.000

**** Es importante tener en cuenta que algunas acciones estratégicas aplican para varios objetivos estratégicos.**

4.6 Seguimiento y medición de Objetivos Estratégicos y sus Acciones Estratégicas

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS				
					2024	2025	2026	2027	2028
Reducir los impactos ambientales y contribuir a las estrategias nacionales de economía circular y descarbonización.	Gestión Ambiental	1	Proyecto de Planta de Compostaje	% Avance del Proyecto	20%	50%	100%		
				Ton residuos aprovechadas				500	600
		2	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos	% Avance del Proyecto	20%	50%	100%		
				M3 de agua recirculada				300	500
		3	Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.	% aumento en generación	15%	12%	10%	8%	5%
		4	Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR	% avance de respaldos	15%	30%	50%	75%	100%
		5	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos	% reducción del desperdicio	10%	10%	10%	10%	10%
		6	Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos	% renovación de góndolas	25%	50%	100%		
				No. Personas capacitadas	100	100	100	100	100
		7	Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente	No. Árboles sembrados	200	200	200	200	200
8	Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos	% Avance	Análisis Viabilidad	100%					
9	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental	% Avance del Proyecto	60%	100%	Certificación				
10	Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono	% Avance del Proyecto	50%	100%					
		% tCO2e- reducidas			15%	10%	5%		
		% tCO2e- Compensadas			5%	10%	20%		

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS				
					2024	2025	2026	2027	2028
		12	Cumplimiento con los programas del Plan de Manejo Ambiental (PMA)	% Implementación PMA	25%	50%	75%	> 90%	> 90%
		13	Implementar estrategias en pro de los animales que circundan el entorno de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
		14	Cumplimiento con los programas del Plan Saneamiento Básico	% Implementación PSB	25%	50%	75%	> 90%	> 90%
	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	24	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica	% de consumo reducido por energía reactiva	5%	5%	3%	3%	2%
Implementar acciones dirigidas a lograr una operación ética y transparente enmarcado en el cumplimiento de los requisitos legales aplicables.	Gestión de Seguridad y Salud	15	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022	% Avance del Proyecto	50%	100%			
				% reducción Sinistros viales	10%	10%	10%	10%	10%
		16	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	20%	50%	75%	100%	
				No. Simulacros realizados	1	1	1	2	2
	17	Fortalecimiento del Programa de Protección Contra Caídas según lo establecido en la Resolución 4272 de 2021	% Avance del Proyecto	25%	25%	50%	100%		
	18	Creación de enfermería para atención de situación médicas en las instalaciones de Centroabastos	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%			
	Gestión Jurídica y Legal	32	Implementación del SAGRILAFT y PTEE	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
		33	Implementación de herramientas biométricas para firma de contratos de arriendo	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		34	Ajuste de contratos según operación de bodega	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		35	Análisis del cumplimiento en materia de Protección de Datos Personales	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
37		Fortalecer la Accesibilidad de los espacios públicos y comunes para personas con discapacidad que ingresen a Centroabastos.	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%	

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS				
					2024	2025	2026	2027	2028
Asegurar la viabilidad económica mediante la aplicación de acciones de eficiencia operativa.	Gestión Ambiental	11	Implementación de tarifas para la gestión de residuos según volúmenes de generación	% Implementación	50%	100%			
	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	20	Gestionar con entidades ambientales el refuerzo del muro de contención del Río de Oro	% Implementación	25%	50%	100%		
		22	Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		23	Ampliación de zonas de estacionamiento	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		24	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		25	Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía	% Implementación	Análisis Viabilidad	20%	50%	100%	
		28	Estudio de factibilidad para la adecuación de la red de aguas negras de la PtLx	% Implementación	Análisis Viabilidad	20%	50%	100%	
		29	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
	Gestión Financiera	30	Implementar una herramienta de cálculo de indicadores financieros	% Implementación	50%	100%			
		31	Establecer actividades de aseguramiento del Presupuesto de las actividades operativas de la organización	% Implementación	50%	100%			
	Gestión Jurídica y Legal	36	Actualización del Manual de Cartera para establecer criterios que permitan mejorar los niveles de cartera de la organización	% Implementación	50%	100%			
	Gestión de Calidad	53	Aplicación de un Programa de Gestión Documental para lograr la liberación de espacio físico mediante la digitalización documental que permita la eliminación de archivo inactivo para disposición final	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS								
					2024	2025	2026	2027	2028				
Prestar sus servicios bajo criterios de responsabilidad social, salud y seguridad con sus colaboradores y demás partes interesadas.	Gestión de Seguridad y Salud	15	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022	% Avance del Proyecto	50%	100%							
				% reducción Siniestros viales	10%	10%	10%	10%	10%				
		16	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	20%	50%	75%	100%					
				No. Simulacros realizados	1	1	1	2	2				
	17	Fortalecimiento del Programa de Protección Contra Caídas según lo establecido en la Resolución 4272 de 2021	% Avance del Proyecto	25%	25%	50%	100%						
			% Avance del Proyecto	25%	50%	100%							
	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	19	Revisión e intervención del muro lindero de Centroabastos S.A	% Intervención	Análisis	50%	100%						
				26	Diseño e Implementación de un laboratorio para análisis de aguas	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%		
						27	Estudio de factibilidad de un salón interactivo de exposición de iniciativas sostenibles	% Avance del Proyecto	25%	25%	50%	100%	
	Gestión Tecnológica	38	Modernización de infraestructura tecnológica teniendo en cuenta el Estudio de Seguridad del proveedor de vigilancia	% Avance del Proyecto	25%			50%	100%				
				39	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%		
						40	Plan de Digitalización de Trámites	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
								41	Implementación de Herramientas de Seguridad de la Información	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%
	Gestión Humana	42	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%			75%	100%		
43				Desarrollar una Estrategia de Gestión del Conocimiento	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%			
					44	Plan de incentivos	% Cobertura de	25%	50%	100%			

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS				
					2024	2025	2026	2027	2028
				trabajadores					
		45	Abrir espacios permanentes de interacción con los usuarios arrendatarios	% espacios ejecutados / planificados	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
Incrementar la satisfacción de sus clientes y usuarios mediante la mejora continua de los servicios prestados.	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	21	Instalación/cambio de techos por mal estado de los mismos y/o finalización de vida útil de techos actuales	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%
		22	Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		23	Ampliación de zonas de estacionamiento	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
		29	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
	Gestión Humana	46	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.	% Usuarios asesorados / Usuarios solicitantes	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
	Gestión Operativa	47	Aplicar herramientas tecnológicas para agilizar ingreso a las instalaciones	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%
		48	Fortalecimiento de la seguridad física	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%
		49	Implementación de software de volúmenes y precios	% Implementación	10%	20%	50%	75%	100%
	Gestión Servicios Complementarios	50	Ampliación de la Estación de Servicio mediante la instalación de una nueva isla	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
		51	Fortalecer los servicios prestados por la Estación de Servicio	% Implementación	50%	100%			
		52	Implementación de estrategias para la atracción de clientes a los servicios complementarios	% Implementación	50%	100%			
	Gestión de Calidad	54	Analizar la viabilidad de la creación de un proceso llamado GESTIÓN COMERCIAL	% Implementación	Análisis Viabilidad	50%	100%		

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS				
					2024	2025	2026	2027	2028
	Gestión Gerencial - Comercial	56	Generar una estrategia de Benchmarking con el fin de fortalecer el conocimiento tanto de la Central de Abastos de Bucaramanga como de usuarios arrendatarios mediante la observación de las mejores prácticas aplicadas	% visitas técnicas ejecutadas / planificadas	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
				% cumplimiento cronograma	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
				% Informes de actividades	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
		59	Fortalecimiento de marca e imagen institucional	% cumplimiento calendario	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
				No. eventos patrocinados	> 4	> 4	> 4	> 5	> 5
				% Implementación Plan de Comunicación Digital	25%	50%	100%		
		60	Fortalecimiento de sistemas de comunicación de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%
62	Articular estrategias con entidades gubernamentales la consecución de beneficios para el gremio empresarial de Centroabastos	% avance Plan de Trabajo	25%	50%	100%				
Contribuir al logro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos por Naciones Unidas.	Gestión Ambiental	1	Proyecto de Planta de Compostaje	% Avance del Proyecto	20%	50%	100%		
				Ton residuos aprovechadas				500	600
		2	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos	% Avance del Proyecto	20%	50%	100%		
				M3 de agua recirculada				300	500
		3	Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.	% aumento en generación	15%	12%	10%	8%	5%
4	Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR	% avance de respaldos	15%	30%	50%	75%	100%		

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEA ESTRATÉGICA	No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADORES	METAS				
					2024	2025	2026	2027	2028
		5	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos	% reducción del desperdicio	10%	10%	10%	10%	10%
		6	Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos	% renovación de góndolas	25%	50%	100%		
				No. Personas capacitadas	100	100	100	100	100
		7	Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente	No. Árboles sembrados	200	200	200	200	200
		8	Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos	% Avance	Análisis Viabilidad	100%			
		9	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental	% Avance del Proyecto	60%	100%	Certificación		
		10	Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono	% Avance del Proyecto	50%	100%			
				% tCO2e- reducidas			15%	10%	5%
				% tCO2e- Compensadas			5%	10%	20%
		13	Implementar estrategias en pro de los animales que circundan el entorno de Centroabastos S.A.	% Avance del Proyecto	25%	50%	100%		
	Gestión de Calidad	55	Integración y actualización del Sistema de Gestión de Calidad a partir de todas las acciones del PLAN DE DESARROLLO 2024-2028	% Implementación	75%	100%			
	Gestión Gerencial - Comercial	57	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA	% Avance del Proyecto	10%	20%	50%	75%	100%
		58	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible	% Implementación	50%	100%			
		61	Actividades de Responsabilidad Social Empresarial promoviendo espacios de hábitos saludables y de deporte en la comunidad de influencia	% cumplimiento calendario	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%
	No. Personas que participan en los diversos espacios			1000	1000	1000	1000	1000	

4.7 Plan de Aporte de las Acciones Estratégicas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
1.-FIN DE LA POBREZA	1.1	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje
			Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.
	1.2	Gestión Humana	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.
		Gestión Servicios Complementarios	Ampliación de la Estación de Servicio mediante la instalación de una nueva isla
2.-HAMBRE CERO	2.c	Gestión Ambiental	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos
		Gestión Tecnológica	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico
		Gestión Operativa	Implementación de software de volúmenes y precios

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
3.- SALUD Y BIENESTAR	3.5	Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
	3.6	Gestión de Seguridad y Salud	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022
	3.7	Gestión Humana	Creación de enfermería para atención de situación médicas en las instalaciones de Centroabastos
			Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
4.- EDUCACION DE CALIDAD	4.3	Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
	4.4		
	4.5		
	4.7	Gestión Gerencial / Comercial	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
			Actividades de Responsabilidad Social Empresarial promoviendo espacios de hábitos saludables y de deporte en la comunidad de influencia

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
5.- IGUALDAD DE GENERO	5.2	Gestión Jurídica y Legal	Implementación del SAGRILAFT y PTEE
		Gestión Tecnológica	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico
	5.6	Gestión de Seguridad y Salud	Creación de enfermería para atención de situación médicas en las instalaciones de Centroabastos
	5.b	Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
		Gestión Gerencial / Comercial	Fortalecimiento de sistemas de comunicación de Centroabastos S.A.
6.- AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	6.3	Gestión Ambiental	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Diseño e Implementación de un laboratorio para análisis de aguas
	6.4	Gestión Ambiental	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
	6.6		Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
7.- ENERGIA ASEQUIBLE Y NO CONTAINANTE	7.2	Gestión Ambiental	Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.
	7.3	Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.
			Proyecto de mejoramiento de red eléctrica
			Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía
		Gestión Jurídica y Legal	Ajuste de contratos según operación de bodega
Gestión Operativa	Aplicar herramientas tecnológicas para agilizar ingreso a las instalaciones		
8.-TRABAJO DESCENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO	8.2	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje
			Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.
			Implementación de tarifas para la gestión de residuos según volúmenes de generación
			Gestión de Proyectos y Mantenimiento
		Proyecto de mejoramiento de red eléctrica	
		Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía	
		Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.	
		Gestión Jurídica y Legal	Actualización del Manual de Cartera para establecer criterios que permitan mejorar los niveles de cartera de la organización

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
		Gestión Tecnológica	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico Plan de Digitalización de Trámites
		Gestión Humana	Desarrollar una Estrategia de Gestión del Conocimiento
		Gestión Operativa	Aplicar herramientas tecnológicas para agilizar ingreso a las instalaciones
		Gestión de Servicios Complementarios	Ampliación de la Estación de Servicio mediante la instalación de una nueva isla
			Fortalecer los servicios prestados por la Estación de Servicio
			Implementación de estrategias para la atracción de clientes a los servicios complementarios
	8.3	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje
			Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.
		Gestión Humana	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.
		Gestión de Servicios Complementarios	Ampliación de la Estación de Servicio mediante la instalación de una nueva isla
	Gestión Gerencial / Comercial	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA	
8.4	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
			Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.
			Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica
		Gestión Tecnológica	Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía
		Gestión Operativa	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico
	8.5	Gestión Humana	Plan de Digitalización de Trámites
	8.6	Gestión Humana	Implementación de software de volúmenes y precios
	8.7	Gestión Jurídica y Legal	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.
		Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
	Gestión Jurídica y Legal	Implementación del SAGRILAFT y PTEE	
Gestión Humana	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.		

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
	8.8	Gestión de Seguridad y Salud	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022
			Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.
			Fortalecimiento del Programa de Protección Contra Caídas según lo establecido en la Resolución 4272 de 2021
		Gestión Humana	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.
9.- INDUSTRIA INNOVACION E INFRAESTRUCTURA	8.9	Gestión Gerencial / Comercial	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA
	9.4	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje
			Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.
			Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR
			Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos
			Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos
			Implementación del Sistema de Gestión Ambiental
			Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono
Implementación de tarifas para la gestión de residuos según volúmenes de generación			

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
			Cumplimiento con los programas del Plan de Manejo Ambiental (PMA)
			Cumplimiento con los programas del Plan Saneamiento Básico
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Revisión e intervención del muro lindero de Centroabastos S.A
			Gestionar con entidades ambientales el refuerzo del muro de contención del Rio de Oro
			Instalación/cambio de techos por mal estado de los mismos y/o finalización de vida útil de techos actuales
			Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.
			Ampliación de zonas de estacionamiento
			Proyecto de mejoramiento de red eléctrica
			Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía
			Diseño e Implementación de un laboratorio para análisis de aguas
			Estudio de factibilidad para la adecuación de la red de aguas negras de la PtLx
			Gestión Tecnológica
		Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico	
		Plan de Digitalización de Trámites	
		Implementación de Herramientas de Seguridad de la Información	
		Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
		Gestión Operativa	Fortalecimiento de la seguridad física

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
		Gestión de Calidad	Aplicación de un Programa de Gestión Documental para lograr la liberación de espacio físico mediante la digitalización documental que permita la eliminación de archivo inactivo para disposición final
	9.c	Gestión Tecnológica	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico Plan de Digitalización de Trámites
		Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
	10.2	Gestión Jurídica y Legal	Fortalecer la Accesibilidad de los espacios públicos y comunes para personas con discapacidad que ingresen a Centroabastos.
	10.3		Gestión Humana
	10.4	Gestión Humana	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
11.- CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	11.2	Gestión de Seguridad y Salud	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022
		Gestión Jurídica y Legal	Fortalecer la Accesibilidad de los espacios públicos y comunes para personas con discapacidad que ingresen a Centroabastos.
	11.4	Gestión Gerencial / Comercial	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA
	11.5	Gestión Ambiental	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR
		Gestión de Seguridad y Salud	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.
	11.6	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje
			Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR
			Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos
11.7	Gestión Jurídica y Legal	Fortalecer la Accesibilidad de los espacios públicos y comunes para personas con discapacidad que ingresen a Centroabastos.	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
12.- PRODUCCION Y CONSUMO RESPONSABLE	12.2	Gestión Ambiental	Proyecto de Planta de Compostaje
			Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos
			Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir consumo de la red y reducir costos operativos.
			Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos
			Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos
			Implementación del Sistema de Gestión Ambiental
			Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica
			Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía
			Diseño e Implementación de un laboratorio para análisis de aguas
	Gestión Tecnológica	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico	
		Plan de Digitalización de Trámites	
		Aplicación de un Programa de Gestión Documental para lograr la liberación de espacio físico mediante la digitalización documental que permita la eliminación de archivo inactivo para disposición final	
12.3	Gestión Ambiental	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos	
12.4		Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
			Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR
	12.5		Proyecto de Planta de Compostaje
	12.6	Gestión Gerencial / Comercial	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
	12.7		
	12.8	Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
	12.b	Gestión Gerencial / Comercial	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA
13.- ACCION POR EL CLIMA	13.1	Gestión de Seguridad y Salud	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.
		Gestión de Proyectos y Mantenimiento	Gestionar con entidades ambientales el refuerzo del muro de contención del Rio de Oro
	13.3	Gestión Humana	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.
		Gestión Gerencial / Comercial	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
15.- VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	15.2	Gestión Ambiental	Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente
	15.5		Implementar estrategias en pro de los animales que circundan el entorno de Centroabastos S.A.
	15.b		Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	META	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
16.- PAZ JUSTICIA E INSTITUCIONES SOLIDAS	16.1	Gestión Jurídica y Legal	Implementación del SAGRILAFT y PTEE
	16.2		
	16.4		
	16.5	Gestión Gerencial / Comercial	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
	16.6		
	16.7		
17.- ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	17.7	Gestión Gerencial / Comercial	Articular estrategias con entidades gubernamentales la consecución de beneficios para el gremio empresarial de Centroabastos
	17.11		Generar una estrategia de Benchmarking con el fin de fortalecer el conocimiento tanto de la Central de Abastos de Bucaramanga como de usuarios arrendatarios mediante la observación de las mejores prácticas aplicadas
	17.19		Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible

DESPLIGUE OPERATIVO DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS

Para la definición de las actividades que componen cada una de las acciones estratégicas se utiliza el enfoque de procesos definido por la organización en su Mapa de Procesos el cual se muestra a continuación:

GESTIÓN AMBIENTAL

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
1	Proyecto de Planta de Manejo de Residuos Sólidos	Diseño de planta de Manejo de Residuos Sólidos
		Estudio para determinar la ubicación adecuada de los diferentes elementos de la planta de manejo de residuos sólidos
		Adquisición y/o adecuación de terrenos propios para la ubicación de la planta de manejo de residuos sólidos
		Adquisición de equipos y maquinaria requerida para el funcionamiento de la planta de manejo de residuos sólidos
		Implementación de actividades de lombricultura
		Puesta en marcha y operación de la planta de manejo de residuos sólidos
2	Proyecto de Recirculación de Agua mediante procesos de ultrafiltración con el fin de reducir consumos y reducir vertimientos	Diseño del sistema de ultrafiltración para la PTAR
		Análisis de zonas de uso probable de agua recirculada: Zonas de pescado, zonas verdes, etc.
		Determinación de presupuesto requerido para la ejecución del proyecto
		Instalación de los equipos y dispositivos de ultrafiltración.
		Adecuación , Instalación y Mantenimiento de tanques existentes para almacenamiento de agua a reutilizar
		Construcción de red hidráulica para el uso de limpieza en la zona del pescado
		Seguimiento al uso del agua recirculada y la reducción en los indicadores de consumo de agua de la red externa.
3	Proyecto de generación de energía fotovoltaica a partir de la instalación de nuevos paneles solares para reducir	Estudio de viabilidad del proyecto para Centroabastos S.A.
		Diseño del proyecto según estudio de viabilidad
		Adecuación de estructuras para la instalación de los paneles solares
		Instalación de dispositivos para generación de energía solar
		Gestión con empresas de servicios de energía para establecer la conexión del proyecto y la contabilización de excedentes a la red.

	consumo de la red y reducir costos operativos.	Mantenimiento de paneles solares de la red fotovoltaica
4	Adquisición de equipos de respaldo para la Planta de Tratamiento de Agua Residuales PTAR	Diagnóstico de criticidad de equipos y dispositivos de la PTAR
		Presupuesto de adquisición de equipos críticos
		Suministro de espacios y condiciones adecuadas de almacenamiento
5	Implementación de estrategias dirigidas a la reducción en el desperdicio de alimentos	Establecer conexión entre la fundación SEMILLAS DE ILUSIÓN y los comerciantes para entrega de alimentos
		Garantizar disponibilidad de vehículo para recolección de los alimentos para entrega a la fundación
		Garantizar disponibilidad de vehículo para recolección de los alimentos para entrega a la fundación
		Gestionar con la FAO en Colombia un asesoría para definir un Plan de Trabajo para Centroabastos en relación con la seguridad alimentaria y el desperdicio de alimentos.
		Implementar Plan de Trabajo para la Reducción del Desperdicio de Alimentos
6	Implementar acciones que permitan mejorar la gestión de residuos en Centroabastos	Mantenimiento de góndolas existentes
		Adquisición de nuevas góndolas y ubicación en zonas estratégicas
		Capacitación a los usuarios arrendatarios en gestión de residuos
7	Realizar actividades de reforestación en zonas de interés de acuerdo a la normatividad vigente	Definir mecanismos para cumplir con la Ley 2173 de 2021 que establece la siembra de 2 árboles por cada trabajador
		Gestionar en cooperación con las entidades ambientales que se establezcan ZONAS DE VIDA cercano a la zona de afectación del río y zonas aledañas a Centroabastos S.A.
8	Instalación de punto de carga de vehículos eléctricos	Análisis de factibilidad (ubicación, análisis financiero, análisis técnico, etc.) de instalación de punto de carga para vehículos eléctricos
		Implementación de punto de carga para vehículos eléctricos según estudio de factibilidad
9	Implementación del Sistema de Gestión Ambiental	Diagnóstico del sistema de gestión ambiental de la organización
		Generación de Plan de Trabajo para el sistema de gestión ambiental
		Implementación del Plan de Trabajo para el sistema de gestión ambiental
		Integrar las actividades y elementos de gestión ambiental dentro del sistema de gestión existente
		Certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la Norma ISO 14001:2015

10	Realizar proyecto de cálculo, reducción y compensación de huella de carbono	Realizar cálculo de huella de carbono y generación de informe de emisiones de GEI
		Implementar acciones de reducción de emisiones de GEI propuestas
		Comprar bonos de carbono para compensar y lograr la carbono neutralidad
11	Implementación de tarifas para la gestión de residuos según volúmenes de generación	Definición de mecanismos para establecer rangos según volúmenes de producción de residuos generados
		Establecer los costos asociados a cada rango de generación de residuos
		Establecer cobros según categoría de generador de residuos a la que pertenece cada usuario arrendatario
12	Cumplimiento con los programas del Plan de Manejo Ambiental (PMA)	Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos
		Programa de calidad del aire.
		Programa de control de gallinazo
		Programa de Control y Calidad del Recurso Agua.
		Programa de Flora
		Plan de Contingencia.
		Plan de Seguimiento y Control.
Actualización del Plan de Manejo Ambiental con nueva vigencia		
13	Implementar estrategias en pro de los animales que circundan el entorno de Centroabastos S.A.	Diseño de la zona de preservación animal
		Adquisición de elementos para la dotación de la ZPA
		Construcción de ZPA
		Puesta en marcha y operación de la ZPA
		Generar alianzas con universidades que cuenten con programas de veterinaria para mantener presencia de los mismos en el ZPA
14	Cumplimiento con los programas del Plan Saneamiento Básico	Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos
		Programa de abastecimiento de aguas
		Programa de control de plagas
		Programa de limpieza y desinfección
		Actualización del Plan de Saneamiento con nueva vigencia

GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
15	Ajuste del Plan Estratégico de Seguridad Vial según Resolución 40595 de 2022	Diagnóstico de cumplimiento con la Resolución 40595 de 2022
		Generación de Plan de Trabajo del PESV a partir de los resultados del Diagnóstico
		Diseño de estrategias de sensibilización mediante campañas de seguridad vial al interior de las instalaciones
		Implementación del Plan de Trabajo
		Adecuaciones para la demarcación de la salida vehicular
		Auditoría Interna Anual del PESV
16	Fortalecimiento del sistema de respuesta ante emergencias de Centroabastos S.A.	Estudio de requerimientos técnicos y de ubicación de hidrantes y gabinetes contra-incendio para las bodegas 8, 10, 12, 16 y Servicios Complementarios
		Instalación de Hidrantes y gabinetes contra-incendio para las bodegas 8 y 10
		Instalación de Hidrantes y gabinetes contra-incendio para las bodegas 10 y 12
		Instalación de Hidrante y gabinetes contra-incendio para servicios complementarios
		Gestionar en el Comité Empresarial de Chimitá la iniciativa de crear un Plan de Ayuda Mutua con los integrantes del sector
		Realizar un Plan de Ayuda Mutua con vecinos de Centroabastos S.A. cuya actividad tenga impactos significativos en caso de emergencia.
		Realizar simulacros de emergencia que permitan probar el Plan de Ayuda Mutua establecido.

17	Fortalecimiento del Programa de Protección Contra Caídas según lo establecido en la Resolución 4272 de 2021	Instalación de líneas de vida en las bodegas 1, 2, 3, 8, 11, 12 y Servicios Complementarios
		Análisis de factibilidad para la adquisición de Manlift (Brazo articulado) para trabajos en alturas previo análisis de viabilidad vs. alquiler de Manlift según el grado de necesidad de utilización de dicho equipo.
		Si se determina no factible, gestionar la adquisición de secciones de andamio certificados.
18	Creación de enfermería para atención de situación médicas en las instalaciones de Centroabastos	Definición de la ubicación de la enfermería
		Adecuación técnica del espacio asignado para la enfermería
		Definición de elementos requeridos para la dotación de la enfermería
		Definición de elementos requeridos para la sala amiga de la familia lactante
		Adquisición de elementos para dotación de la enfermería y/o sala amiga de la familia lactante
		Realización/MANTENER convenios con instituciones educativas para la asignación de practicantes

GESTIÓN DE PROYECTOS Y MANTENIMIENTO

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
19	Revisión e intervención del muro lindero de Centroabastos S.A	Diagnóstico de afectación del muro perimetral
		Plan de Intervención del muro perimetral
		Ejecutar las obras requeridas para la intervención del muro perimetral
20	Gestionar con entidades ambientales el refuerzo del muro de contención del Rio de Oro	Recabar evidencia fotográfica sobre el estado del muro de contención del Rio de Oro en la zona de influencia de Centroabastos S.A.
		Gestionar con la CDMB el desarrollo de acciones para el mejoramiento del estado del muro de contención en dicha zona de influencia
21	Instalación/cambio de techos por mal estado de los mismos y/o finalización de vida útil de techos actuales	Análisis de necesidades para definir las bodegas que requieren intervención de techos debido según el estado de los mismos
		Lavado y pintura de las cubiertas de los techos a nivel general
		Diseño de estructuras y techos que soporten la instalación futura de paneles solares
		Instalación de techos según análisis de necesidades
22	Ampliación de capacidad de red de frío de Centroabastos S.A.	Estudio de necesidades de infraestructura eléctrica según capacidad deseada
		Diseño de infraestructura y red eléctrica requerida para la red de frío
		Instalación de infraestructura requerida y adecuación de la existente
		Puesta en marcha y mantenimiento de elementos de la red de frío
23	Ampliación de zonas de estacionamiento	Diseño de edificación para estacionamiento
		Construcción de edificación según diseños aprobados
		Puesta en marcha y mantenimiento de edificación

24	Proyecto de mejoramiento de red eléctrica	Instalación de VARS para reducir la energía reactiva, reduciendo consumos y costos.
		Análisis de factibilidad de instalación de contadores inalámbricos
		Instalar medidores frontera por bodega para controlar consumos y pérdidas
		Actualización del software de liquidación del servicio de energía
		Crear una oficina de servicios públicos enfocada en gestión energética donde se manejen las lecturas (energía, acueducto, aguas residuales y gestión de residuos)
		Realizar un proyecto para los medidores de módulos de las bodegas comunales
25	Estudio de factibilidad sistema de monitoreo de Plantas Generadoras de Energía	Análisis de Factibilidad para el monitoreo de Plantas Generadoras de Energía
		Diseño e instalación de los dispositivos de monitoreo de las plantas
		Capacitación al personal en el uso de la aplicación
26	Diseño e Implementación de un laboratorio para análisis de aguas	Determinación de los análisis requeridos para el proceso de Tratamiento de aguas residuales
		Cronograma de actividades de implementación según normatividad aplicable a cada uno de los análisis aplicados
		Instalación y puesta en marcha del laboratorio de aguas residuales
27	Estudio de factibilidad de un salón interactivo de exposición de iniciativas sostenibles	Análisis de Factibilidad para el salón interactivo
		Diseño, ejecución e instalación del salón interactivo
		Capacitación al personal en el uso del salón interactivo
28	Estudio de factibilidad para la adecuación de la red de aguas negras de la PTAR	Análisis de Factibilidad del proyecto de aguas negras
		Diseño, ejecución e instalación del proyecto de adecuación de la red de aguas negras
29	Creación del área de atención al cliente de Centroabastos S.A.	Crear de un área de servicios públicos enfocada en gestión energética donde se manejen las lecturas (energía, acueducto, aguas residuales y gestión de residuos)
		Actualización del Software según las necesidades del área de servicios públicos

GESTIÓN FINANCIERA

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
30	Implementar una herramienta de cálculo de indicadores financieros	Diseño de herramienta digital para manejo de indicadores financieros
		Integración con herramientas de información financiera actuales
		Instalación y capacitación a personal del área para su uso
31	Establecer actividades de aseguramiento del Presupuesto de las actividades operativas de la organización	Desarrollar el Plan Operativo Anual para cada vigencia con el fin de establecer el presupuesto requerido para su implementación
		Realizar actividades de seguimiento del cumplimiento del POA con el fin de realizar ajustes y/o cambios según se requiera

GESTIÓN JURÍDICA Y LEGAL

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
32	Implementación del SAGRILAFT y PTEE	Diagnóstico de cumplimiento con SAGRILAFT y PTEE
		Definición de Plan de Trabajo en SAGRILAFT y PTEE según diagnóstico realizado
		Implementación de las actividades y documentación requerida por SAGRILAFT y PTEE
		Integración de las actividades, documentos y registros del SAGRILAFT y PTEE en los diferentes procesos definidos en el sistema de gestión de Centroabastos S.A.
33	Implementación de herramientas biométricas para firma de contratos de arriendo	Análisis de costos de adquisición, instalación, mantenimiento y uso de equipos biométricos
		Aprobación según análisis financiero
		Posible adquisición y puesta en marcha de equipo biométrico para firma de contratos
		Mantenimiento de equipos biométricos
34	Ajuste de contratos según operación de bodega	Incluir ajustes a los contratos de arrendamiento donde se incluyan los requisitos técnicos a cumplir por parte de usuarios arrendatarios que instalen cuartos fríos (por generación de energía reactiva) u otro tipo de proyectos que lo requieran
		Gestionar OTRO SI para contratos ya firmados con usuario arrendatarios que aplique
35	Análisis del cumplimiento en	Diagnóstico de cumplimiento en materia de protección de datos personales
		Definición de Plan de Trabajo en Protección de Datos Personales

	materia de Protección de Datos Personales	Implementación de las actividades y documentación requerida según Plan de Trabajo en Protección de Datos Personales
		Integración de las actividades, documentos y registros en los diferentes procesos definidos en el sistema de gestión de Centroabastos S.A.
36	Actualización del Manual de Cartera para establecer criterios que permitan mejorar los niveles de cartera de la organización	Planteamiento de estrategias de cartera para mejorar los indicadores relacionados
		Aprobación de estrategias por parte de la Junta Directiva
		Implementación de cambios en el Manual de Cartera y socialización con los usuarios arrendatarios y demás partes interesadas
37	Fortalecer la Accesibilidad de los espacios públicos y comunes para personas con discapacidad que ingresen a Centroabastos.	Realizar un Estudio de Accesibilidad de las instalaciones de Centroabastos S.a.
		Generar un Plan de Accesibilidad según los resultados arrojados por el Estudio de Accesibilidad
		Implementar los ajustes a la infraestructura establecidos en el Plan de Accesibilidad

GESTIÓN TECNOLÓGICA

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
38	Modernización de infraestructura tecnológica teniendo en cuenta el Estudio de Seguridad del proveedor de vigilancia	Inventario de equipos obsoletos y/o con necesidad de cambio de tecnología
		Cotización de equipos: cámaras, radios, etc.
		Adquisición de cámaras, radios, etc., que requieren renovación
		Realizar estudio de seguridad para determinar los lugares donde falta reforzar la instalación de cámaras
		Definición de la cantidad y el tipo de cámaras requeridas
		Instalación de cámaras según lugares, cantidad y especificaciones definidas
39	Estrategia Digital de Prestación del Servicio y Comunicaciones con sus usuarios - Fomento del comercio electrónico	Garantizar disponibilidad y cobertura de red wifi en todas las zonas de Centroabastos S.A.
		Creación de piezas publicitarias de sensibilización y/o información a usuarios en uso de herramientas de comercio electrónico para el uso en sus operaciones comerciales
		Capacitación a usuarios
		Creación de correos electrónicos, usuarios y contraseñas de acceso
		Aprovechamiento en la página web para brindar información de tipo general, acceso a formación, trámites, etc.
		Inclusión de más medios de pago electrónicos
		Creación de portal y/o aplicación web donde se establezcan funciones como Denuncias por parte de los usuarios a infractores, Información y servicio al Cliente, Pago de facturas de Centroabastos, Listado de precios diarios de Centroabastos, Informaciones y Comunicaciones de Centroabastos, información de cartera, descarga de certificados tributarios, historial de pagos, etc.

40	Plan de Digitalización de Trámites	Definición con los líderes de proceso de los trámites susceptibles de ser digitalizados
		Establecimiento de mecanismos de digitalización de los trámites seleccionados
		Generación de instructivos que describan los nuevos elementos para realización de los trámites digitalizados
		Socialización y capacitación a los usuarios arrendatarios y demás interesados de los diferentes trámites de los cambios aplicados a los mismos
41	Implementación de Herramientas de Seguridad de la Información	Diagnóstico de seguridad de la información
		Generación de Plan de Trabajo en seguridad de la información
		Análisis de viabilidad de almacenamiento en la nube de los aplicativos de la organización
		Implementación del Plan de Trabajo de seguridad de la información
		Integrar las actividades y elementos de seguridad de la información dentro del sistema de gestión existente

GESTIÓN HUMANA

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
42	Creación y puesta en marcha de plataforma de formación CENTROABASTOS - Enseña.	<p>Definición de cursos, diplomados y demás actividades de formación a incluir en la plataforma virtual con los diferentes grupos de interés a incluir</p> <p>Diseño y elaboración de cursos virtuales en la plataforma educativa</p> <p>Inclusión de cursos para usuarios arrendatarios</p> <p>Inclusión de cursos para trabajadores de los usuarios arrendatarios, cursos de inducción para el personal nuevo contratado por los usuarios arrendatarios.</p> <p>Inclusión de cursos de capacitación difusión y socialización e implementación del Código internacional FAO de Buenas prácticas de manipulación de alimentos.</p> <p>Inclusión de cursos para los operarios de carga que laboran en Centroabastos.</p> <p>Definición de estrategias de promoción del uso de la plataforma educativa por parte del público objetivo</p> <p>Seguimiento del impacto de la formación ofrecida y ajustes según los resultados</p>
43	Desarrollar una Estrategia de Gestión del Conocimiento	<p>Identificar el conocimiento crítico existente en los diferentes procesos y/o personas de la organización</p> <p>Definir los mecanismos de gestión para cada uno de estos conocimientos críticos identificados</p> <p>Crear repositorios documentales del conocimiento críticos gestionado en manuales, procedimientos, videos, fotografías, etc.</p>
44	Plan de incentivos	<p>Plan exequial</p> <p>Póliza de vida</p> <p>Servicio de zona protegida</p> <p>Analizar otros incentivos que se pudieran brindar al personal de la organización</p>

45	Abrir espacios permanentes de interacción con los usuarios arrendatarios	Inclusión de un plan de actividades de ESCUCHA de usuarios arrendatarios
		Generar un listado de acciones correctivas y de mejora documentadas a partir de los planteamientos de los usuarios arrendatarios
46	Generar los mecanismos para brindar asesoría a los usuarios arrendatarios que lo soliciten	Inclusión de un plan de actividades de soporte en temas de contratación de personal, aportes de ley, salud, Pensiones y Seguridad y Salud en el Trabajo SST por parte de Centroabastos S.A. a usuarios arrendatarios

GESTIÓN OPERATIVA

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
47	Aplicar herramientas tecnológicas para agilizar ingreso a las instalaciones	Generación de mecanismos prepago de ingresos a las instalaciones para vehículos y motos
		Diseño de un acceso vehicular adicional
		Construcción de acceso vehicular adicional
		Construcción de acceso peatonal de vehículos de carga manual
		Análisis de viabilidad de sistemas de reconocimiento de placas de vehículos y motos
		Instalar sistemas de reconocimiento de placas de vehículos y motos para automatizar ingreso
48	Fortalecimiento de la seguridad física	Instalar control de acceso con torniquetes
		Instalar cámaras de reconocimiento facial
		Ajuste de Número de puestos de servicio según necesidades establecidas en los estudios de seguridad física con el fin de reforzar la vigilancia perimetral al acceso sobre todo en los horarios de mayor flujo vehicular y peatonal.)
		Análisis de necesidades de ampliación de puestos de servicio de vigilancia y seguridad privada
49	Implementación de software de volúmenes y precios	Diseñar software según requerimientos establecidos
		Desarrollo de software según diseño
		Instalación de software y capacitación al personal
		Mantenimiento y actualizaciones

GESTIÓN DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
50	Ampliación de la Estación de Servicio mediante la instalación de una nueva isla	Estudio de requisitos técnicos y financieros para la instalación de una isla de servicio adicional
		Construcción de isla adicional en la EDS
51	Fortalecer los servicios prestados por la Estación de Servicio	Inclusión de comercialización de ÚREA en la EDS
		Implementar promociones y planes atractivos para los usuarios arrendatarios de Centroabastos S.A. y sus clientes, parqueadero, y zona industrial (concertado con TERPEL) .
52	Implementación de estrategias para la atracción de clientes a los servicios complementarios	Generación de alianzas con clientes corporativos para fidelización
		Establecimiento de actividades de fidelización de clientes a partir de estrategias desarrolladas por TERPEL
		Generar estrategias para la atracción de clientes de la báscula camionera

GESTIÓN DE CALIDAD

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
53	Aplicación de un Programa de Gestión para lograr la liberación de espacio físico mediante la digitalización documental que permita la eliminación de archivo inactivo para disposición final	Diagnóstico de gestión documental
		Diseño y Documentación del Programa de Gestión Documental
		Implementación del Programa de Gestión Documental
54	Analizar la viabilidad de la creación de un proceso llamado GESTIÓN COMERCIAL	Realizar un análisis de gestión del cambio del SGC a partir de la creación del proceso de Gestión Comercial
		Definición de caracterización de proceso y demás documentación requerida dentro del sistema de gestión.
		Identificación de responsable, recursos requeridos, riesgos y oportunidades, etc., según el análisis de la gestión del cambio requerida
55	Integración y actualización del Sistema de Gestión de Calidad a partir de todas las acciones del PLAN DE DESARROLLO 2024-2028	Análisis de información susceptible de integrar
		Generación del Plan de trabajo de Integración
		Ejecución del Plan de Trabajo de Integración con el SGC

GESTIÓN GERENCIAL - COMERCIAL

No.	ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES
56	Generar una estrategia de Benchmarking con el fin de fortalecer el conocimiento tanto de la Central de Abastos de Bucaramanga como de usuarios arrendatarios mediante la observación de las mejores prácticas aplicadas	<p>Realizar visitas técnicas a otras centrales de abastos del mundo por parte del personal designado por la Gerencia para observar aspectos estratégicos que contribuyan al conocimiento dentro de la Central de Abastos de Bucaramanga</p> <p>Cronograma de Participación en ferias nacionales e internacionales según los aspectos estratégicos identificados a fortalecer en Centroabastos y/o para usuarios arrendatarios</p> <p>Presentación de informes de resumen que integren todos los conocimientos adquiridos y/o compartidos y las ideas o proyectos propuestos a partir de las actividades ejecutadas.</p>
57	Creación de Paseo Gastronómico en Centroabastos SA	<p>Definición del concepto de Paseo Gastronómico y diseño de la estrategia</p> <p>Concretar estrategia con establecimientos de venta de comida para definir la oferta de platos al público</p> <p>Establecer los canales de Comunicación apropiados para dar a conocer el Paseo Gastronómico de Centroabastos SA. como alternativa turística en Santander</p> <p>Implementar piezas informativas que describan el Paseo Gastronómico, los lugares y la oferta gastronómica existente</p>
58	Establecer un Plan de Sostenibilidad basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible	<p>Realizar un análisis de materialidad en temas de sostenibilidad con base en los ODS y los Estándares GRI</p> <p>Diseñar y documentar un Plan de Sostenibilidad a partir de los asuntos materiales identificados</p> <p>Implementar el Plan de Sostenibilidad documentado</p> <p>Realizar un Informe de Sostenibilidad bajo los Estándares GRI y los ODS según la implementación del Plan de Sostenibilidad</p>

59	Fortalecimiento de marca e imagen institucional	Generación de un calendario de eventos CENTROABASTOS
		Creación de espacios adicionales de participación y consulta de Ferias (internas y en otras ciudades), visitas técnicas, etc.
		Patrocinio de eventos regionales, donaciones en apoyo a entidades
		Establecer mecanismos y protocolos de información asertiva de Centroabastos hacia la región, Colombia y el Mundo ya que hay demasiado desconocimiento sobre las ventajas competitivas acciones innovadoras, y aportes proactivos de Centroabastos S.A.
		Señalización de orientación de ubicación y como llegar a Centroabastos en las rutas y vías metropolitanas
		Fortalecer la marca Centroabastos S.A. mediante el diseño e implementación de un Plan de Comunicación Digital que incluya la gestión de redes sociales estableciendo un equipo/líder de comunicaciones para el manejo de redes sociales, diseño de campañas y piezas informativas y/o publicitarias, etc.
60	Fortalecimiento de sistemas de comunicación de Centroabastos S.A.	Creación de emisora interna de Centroabastos S.A. con posible alcance regional
		Instalación de pantallas de las bodegas para mostrar los productos ofrecidos en cada sección
		Instalación de elementos informativos de localización de los diferentes módulos y bodegas
		Realizar actividades de ampliación del nivel cobertura de los medio de divulgación del INFOABASTOS
		Ampliar la información en la página web a información de tipo general, acceso a formación, trámites, actividades de formación, etc.
61	Actividades de Responsabilidad Social Empresarial promoviendo espacios de hábitos saludables y de deporte en la comunidad de influencia	Instalación de gimnasio como parte de la infraestructura de Centroabastos
		Diseño e Instalación de cancha sintética
		Crear un cronograma donde se defina la organización o apoyo de eventos culturales, sociales y deportivos de interés general. (Se incluye lo que viene del Plan No. 198: Apoyo programas de la Asociación Operarios de Carga que trabajan en la Central de Abastos)
		Actividades de promoción, difusión y formación relacionada con los hábitos de vida saludables

62	Articular estrategias con entidades gubernamentales la consecución de beneficios para el gremio empresarial de Centroabastos	Estudiar la gestión requerida, las condiciones requeridas, las instituciones a contactar y los responsables de las mismas para lograr beneficios tributarios
		Crear un Cronograma de actividades de gestión a partir del análisis de la gestión requerida
		Realizar las visitas, reuniones y demás gestiones relacionadas con la generación de acuerdos interadministrativos

5. BIBLIOGRAFÍA

Aiden, Rose. 2003. Results-Oriented Budget Practice in OECD Countries. Chapters 1- 3. Overseas Development Institute. http://www.odi.org.uk/publications/working_papers/wp209.pdf

Morrisey, George (1993). El pensamiento estratégico. Construya los cimientos de su planeación./ Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, Madrid, España. 119 pp. Porter, Michael (1995). Ventajas competitivas./ Ed. Free Press, New York, sp.

Naciones Unidas (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>

Lira, Luis. 2006. "Revalorización de la Planificación del Desarrollo." Serie Gestión Pública No 59, agosto.

Armijo, M, Bonnefoy J.C. Indicadores de Desempeño en el Sector Público. Publicaciones. ILPES. Serie Manuales, N°45. 2005. <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/2/23572/manual45.pdf>

Mintzberg, Henry [1994]. La caída y ascenso de la Planeación Estratégica./ Harvard Business Review, Canadá, pp 4- 18. Mintzberg, Henry et. al [1994]. Safari a la estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico. D/ Granica SA 1999. Buenos Aires, Argentina. 511 pp.

Shick, Allen, "La presupuestación tiene algún futuro", Serie de Gestión Pública. N°21. ILPES. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/10671/lcl1736e.pdf>

Centroabastos (2021). Informe Potencial Turístico de los Mercados Agroalimentarios.

Centroabastos (2021). Factores Claves para la competitividad y el éxito en las empresas.