



Eje del mes:
Producción y consumo
responsables



Quito - Ecuador
tiempodesostenibilidad.com

05

CARTA A LOS
LECTORES

06

COMUNICACIÓN
RESPONSABLE

10

CONSERVACIÓN
Y ECOTURISMO

16

RSE

20

EJE DEL MES:
OBJETIVO DE DESARROLLO 12
PRODUCCIÓN Y
CONSUMO RESPONSABLES

24

ENDOMARKETING

28

BUENAS
PRÁCTICAS

32

PATRIMONIO
SOSTENIBLE

38

ECONOTICIAS

40

VENTANA AL MUNDO

42

COOPERACIÓN
GLOBAL

Producida por:



STAFF EJECUTIVO:

Ximena Vaca
Directora de Comunicación

Mónica Vaca
Directora de Marketing

Carolina Drouet
Directora Comercial

Mauro Reyes
Director Creativo

FOTO PORTADA:

©Pexels
pixabay.com

tiempodesostenibilidad.com

info@tiempodesostenibilidad.com
revista@treintasegundos.com

Av. República del Salvador N34-140 entre
Moscú y Suiza. Edificio Diamond Business,
oficina 7, piso 5. Quito - Ecuador

Teléfono: 332 5630

   /TreintaSegundos

Todos los derechos reservados. 2016
Las opiniones vertidas en los artículos son de
exclusiva responsabilidad de los autores.



Tiempo de Sostenibilidad cuenta con la participación de importantes aliados que gracias a su espíritu de colaboración se han sumado al proyecto por considerar que está alineado con su filosofía, con sus valores y con su visión de futuro.

Agradecemos a:



Multiplicidad de voces, diversos enfoques,
perspectivas distintas y un mismo hilo conductor:
La Sostenibilidad.



TIEMPO de SOSTENIBILIDAD

revista digital

ACERCA DE...

Tiempo de Sostenibilidad es una revista digital que ha sido concebida como una vía de fomento y promoción del concepto de Sostenibilidad, sobre la base de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promulgados por la ONU.

Consideramos que estos “17 objetivos para transformar el mundo” son el mejor resumen de las aspiraciones de la humanidad de cara al futuro. Hay muchos desafíos que deben ser abordados de forma estructurada y con la participación activa de todos.

Eso es lo que plantea la Nueva Agenda de Desarrollo Sostenible 2030.

Por eso, nos alineamos a esta agenda y decidimos que de ella surjan los ejes temáticos que guían el contenido de la revista.

A este proyecto, se han sumado diversos aliados, que comparten este propósito y que enriquecen con sus visiones y experiencias, los diferentes tópicos que se abordan en esta publicación.

Tiempo de Sostenibilidad es producida por Treinta Segundos, Comunicación Estratégica, en el marco de nuestras acciones de Responsabilidad y Buenas Prácticas, por eso, es una revista de difusión libre, sin fines comerciales.

Nuestra meta es fortalecer la difusión y toma de conciencia respecto a los temas vinculados con la Sostenibilidad, a través de esta herramienta de comunicación que aprovecha el potencial y la versatilidad de los medios digitales.

¡Disfruten su lectura!

CARTA A LOS LECTORES

El cambio empieza por mí, esa es la idea fuerza que me mueve al reflexionar sobre el ODS que es nuestro tema central de este mes: Producción y Consumo Responsables.

En el día a día y empezando por mi hogar, me doy cuenta que es indispensable revisar mis hábitos de consumo y mi estilo de vida.

Antes de adquirir cualquier bien, debo empezar a formularme muchas preguntas:

Realmente lo necesito o podría pedirlo prestado

Tiene que ser nuevo o podría ser de medio uso

Qué impacto causa en el ambiente
Quién lo produce: es un pequeño productor, una empresa familiar o una empresa grande

De qué manera se genera ese producto: se respeta a los trabajadores, se cuida el entorno, se respeta la ley

Qué filosofía y valores sustentan el trabajo de quien me ofrece ese producto

Me guió sólo por el precio, o voy más allá y pienso en el impacto socio económico y ambiental que tendrá mi decisión de compra.

Como consumidores responsables, tenemos en nuestras manos el poder de generar círculos virtuosos de apoyo y promoción de economías locales, de emprendimientos innovadores, de familias que buscan fuentes de sustento, de agricultores que cultivan sus productos de manera orgánica y nos ofrecen salud y bienestar para nuestras familias.

Pero para lograrlo, es indispensable revisar nuestras costumbres, esos hábitos que a veces, sin darnos cuenta, no son responsables.

Varios de los artículos de nuestros aliados enfocan el tema, y es interesante que aunque sus puntos de partida son diversos, todos coinciden en que cada consumidor juega un papel fundamental.

El ODS 12, es un llamado a la acción, es una invitación a nutrirnos de conocimiento para tomar decisiones informadas, es una alerta que nos impulsa a un cambio de cultura con miras a ser consumidores responsables que a la vez obliguen a quienes ofrecen los productos y servicios a ser productores responsables.

Definitivamente el cambio empieza por mí, y puede replicarse pues el ejemplo arrastra. Si fomento un cultura de consumo responsable en casa, probablemente mis hijos sabrán escoger mejor, puedo generar un impacto positivo en mi barrio, en mi círculo familiar y de amigos.

Si empezamos a identificar y recomendar a los productores que cumplen con prácticas de comercio justo y que respetan a las personas y al ambiente, esos negocios, tendrán a través de la buena acogida de la clientela, un incentivo para continuar con sus prácticas responsables y sostenibles.

Si como comunidad, decidimos reciclar, reusar, reducir y optimizar los recursos, damos un importante paso. Todo es cuestión de decisión, de pensar en el futuro y actuar hoy. Por nosotros y por los que vienen detrás.

Ximena Vaca Riofrío
Productora General
Tiempo de Sostenibilidad

La producción y el consumo sostenible una responsabilidad como empresa y como medio

Por: Marcos González



Un informe presentado recientemente por la ONU, la población mundial alcanzará los 8.600 millones de personas para el año 2030. Además, se prevé que llegará a 9.800 millones para 2050 y a 11.200 para 2100.

Estas cifras sobre el crecimiento de la población nos obligan, más que nunca, a apostar por el desarrollo sostenible y una gestión eficiente de los recursos. Se trata de consumir y producir de forma sostenible y responsable, fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética pero también de facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos verdes y decentes. Todo ello con un único objetivo: mejorar la calidad de vida de todos.

Estos objetivos mencionados, y muchos más, conforman el Objetivo de Desarrollo número 12, que se presenta bajo el título 'Producción y Consumo Responsables'. Cumplir este objetivo implica una mejora de la vida de la población mundial pero también una contribución al cumplimiento del resto de ODS, reduciendo costes económicos, ambientales y sociales pero también la pobreza y las desigualdades.

'Hacer más y mejor con menos'. Esta es la premisa bajo la que se sustentan los objetivos de la ONU en materia de consumo y producción sostenibles. Reducir los costes y los recursos, además de implicar un incremento del beneficio de las actividades económicas, también supone una reducción de la contaminación o



la degradación durante todo el ciclo de vida de los productos. Y, consecuentemente, una mejor calidad de vida para la humanidad y para el propio planeta, que no verá explotados hasta la saciedad sus recursos naturales. Asimismo, también hay que tener en cuenta que una gestión eficiente de los recursos, ayuda a reducir las emisiones y fortalece la lucha contra el cambio climático.

La producción y el consumo responsable, al igual que la mayoría de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, es un proceso en el que deben involucrarse todos los grupos de interés: desde empresas hasta consumidores, sin olvidarnos de los legisladores que formulan políticas,

los investigadores o científicos que descubren nuevas fórmulas para ser más responsable y sostenibles, los minoristas, o los medios de comunicación que utilizan la información para concienciar sobre el desarrollo sostenible. En este sentido, un reto en el que participan tantos colectivos y actores sociales con necesidades y características propias, requiere un enfoque sistémico en el que la cooperación a lo largo de toda la cadena de suministro será el pilar para alcanzar el éxito.

Desde el proveedor hasta el consumidor final, es necesario que todos los grupos adopten una actitud responsable y sostenible en su actividad y que, al mismo tiempo, la contagien a su entorno para lograr

ENTREGA DE LOS DIPLOMAS A LOS PONENTES QUE LAS HAN HECHO POSIBLE

Marcos González, Presidente y Fundador de
CORRESPONSABLES

Puedes seguir los comentarios y participar en
TWITTER con #Jornada100EC



cumplir con las metas de producción y consumo responsable. En este punto, informar, sensibilizar y educar son acciones clave para lograr impulsar unos hábitos y consumos de vida sostenible son herramientas.

Desde Corresponsables, nuestra labor en materia de producción y consumo responsable y en relación a cómo podemos contribuir a este ODS es doble. Por una parte, como empresa tenemos la obligación de producir de forma responsable y sostenible. Por ejemplo, la impresión de las publicaciones Corresponsables se realiza con papel procedente de bosques gestionados con sello FSC o PEFC; optimizamos nuestro

consumo energético y de materiales y gestionando correctamente los residuos mediante el reciclaje y la reutilización.

Por otra parte está nuestra responsabilidad, como medio de comunicación especializado en RSE y Sostenibilidad, ser altavoz de todas aquellas iniciativas, proyectos, programas y buenas prácticas en materia de producción y consumo responsable.

Una labor de difusión, sensibilización y educación que, a través de información de calidad, holística y multistakeholder, podemos llevar a cabo de forma internacional en los

8 países de Iberoamérica en los que estamos presentes: España, México, Argentina, Colombia, Ecuador, Chile, Perú y Uruguay.

Fotografías: Pixabay: www.pixabay.com



Marcos González
Presidente - Editor
CORRESPONSABLES
Y FUNDACIÓN
CORRESPONSABLES

www.corresponsables.ec

10 años CORRESPONSABLES Fundación

"El medio de comunicación
iberoamericano especializado en poner
en valor las actividades responsables"

ANUARIO CORRESPONSABLES 2017

ORGANIZACIONES RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

Por un Cono Sur más sostenible



El conocimiento y la información como herramientas para el consumo responsable

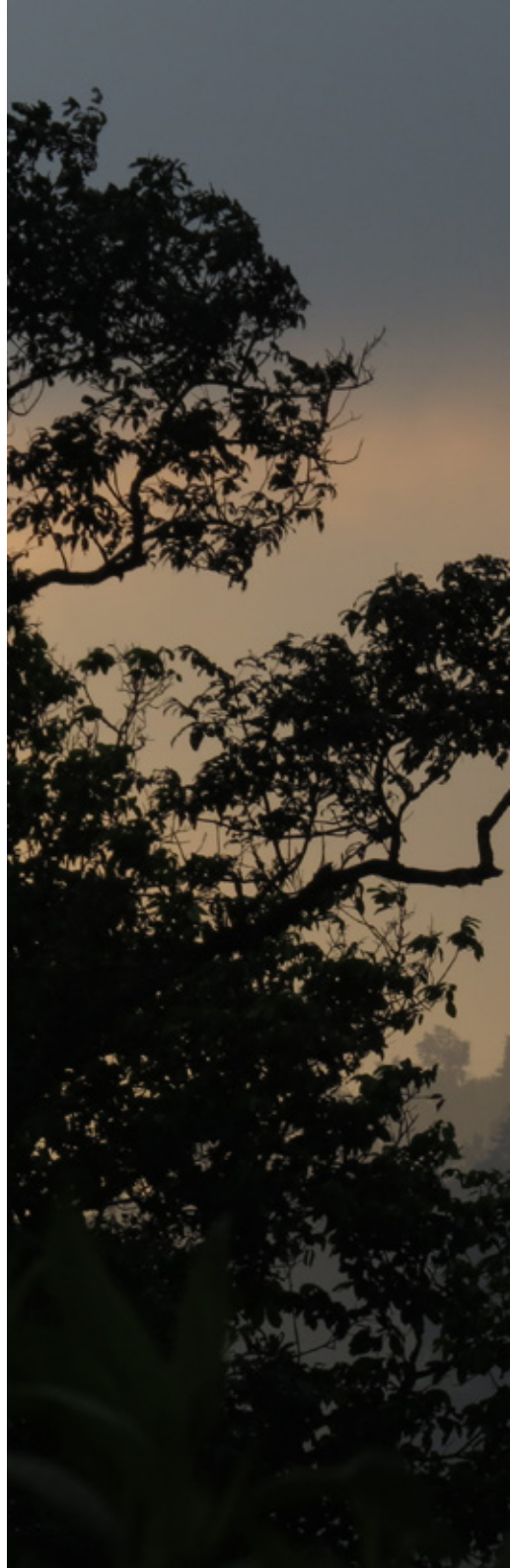
Por: Adela Espinosa

Desde hace más de una década nos han motivado para que usemos menos papel y que lo reciclemos ya que este proviene de los árboles. “Salva un árbol, no gastes papel” o “Cuida los bosques, usa papel con moderación”, son eslogans frecuentemente utilizados para el efecto. Y sí, muchos hemos hecho conciencia y desde hace rato venimos consumiendo papel más responsablemente. La era digital ha ayudado en este aspecto y muchas empresas y organizaciones, al enviar archivos adjuntos por internet, piden no imprimir documentos innecesariamente. (En el Ecuador, uno de los argumentos para la facturación electrónica fue la reducción en el consumo de papel). Pero, ¿es únicamente el consumo de papel el que afecta a los bosques?

Desde la mitad del siglo XX el bosque nativo del noroccidente del Ecuador comenzó a ser talado con diferentes fines. Aparte de la expansión de la frontera agrícola y la ganadería, la siembra de palma africana para la fabricación de varios productos de consumo diario, y la tala selectiva de

maderas finas (especies centenarias) para la producción de materiales que sustituyen la madera sólida, han hecho que ahora únicamente quede un 2% del bosque original. Sin embargo, a pesar de lo dramático de esta cifra, la situación no ha cambiado. A medida que crece la demanda, la oferta crece también, y los recursos se siguen explotando y poco a poco desapareciendo. El consumo responsable de estos productos, puede ser el paso al cambio.

Desafortunadamente, la mayoría de las personas escogemos lo que compramos basados en nuestros gustos, necesidades y—obviamente, en nuestro presupuesto. Generalmente no nos detenemos a pensar acerca del origen de los productos que llevamos a nuestra casa, o del impacto que el producirlos tiene para nuestro planeta. Difícilmente nos ponemos a analizar si al consumir ciertos productos estamos aumentando la demanda de algo que genera un efecto negativo en nuestro medio ambiente. Por eso, para ser consumidores responsables tenemos que saber lo que estamos comprando.





La mayoría de detergentes, jabones, insumos de limpieza; así como también, margarinas, chocolates, cereales, papas fritas, dulces, y otros artículos como cosméticos, contienen aceite de palma, conocido como grasa o aceite vegetal.

Conscientes del daño medioambiental que su cultivo produce, ya que con la deforestación que causa pone en peligro la biodiversidad del planeta, hay empresas que ya han hecho su compromiso de usar aceites de palma que posean certificación CSPO (Certified Sustainable Palm Oil) por sus siglas en inglés. WWF lleva tabla de puntajes y una lista de las marcas que usan este aceite sostenible certificado que asegura que ningún bosque con alto valor ecológico ha sido deforestado para su producción, y que además respeta los derechos de las comunidades locales. Esta lista se puede encontrar en <http://palmoilscorecard.panda.org/> (aún no incluye al mercado ecuatoriano, pero es una buena referencia).

Desafortunadamente, este no es el caso para empresas que producen “maderas” alternativas. Bosques con alto valor ecológico siguen siendo talados selectivamente para producir triplex (plywood), aglomerado y melamínico ya que su uso en acabados de la construcción es más fácil, más rápido y mucho más barato que la madera sólida. Sin embargo, el precio que el planeta tiene que pagar para



Miles de hectáras de bosque taladas para siembra de palma africana.
Foto: © Walter Jennings



Decenas de camiones sacan madera los 365 días del año. Foto: © Adela Espinosa



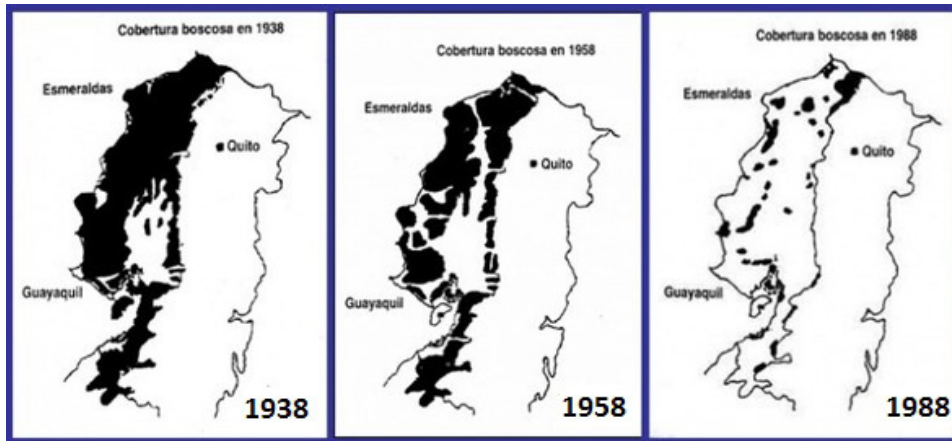
Sembríos de palma africana.
Foto: © Walter Jennings

la producción de estos materiales es demasiado alto y ningún proyecto de reforestación puede mitigar el efecto devastador. Los árboles que se cortan para producirlo incluyen especies cuyo crecimiento demora más de cien años. ¡Cien años ha invertido la naturaleza en producir algo que termina triturado por completo en cuestión de horas! Pero hasta que no sabemos esto, ni el precio que todos nosotros estamos pagando en términos de vivir en un entorno más frágil y propenso al cambio climático, no lo consumimos responsablemente.

Hasta hace poco, yo misma me fascinaba con la versatilidad de estos materiales. Comprar un tablero de melamínico, dar las medidas de las piezas que necesitaba para que sean ingresadas a un programa de computación, el cual no se demoraba en calcular cuál sería la mejor manera de hacer los cortes para evitar el desperdicio, era solo la primera parte de mi deleite. Luego, ver como en unas máquinas verticales inmensas, cuyas sierras podían ser giradas en diferentes ángulos para cortar las piezas respectivas en cuestión de minutos, era la segunda parte.

La tercera parte venía cuando en poquitas horas el simple tablero se transformaba en el mueble que había diseñado y que cubría mis necesidades. Pero toda esta fascinación se transformó en horror y dolor cuando conocí de dónde venía el material.

DEFORESTACIÓN DE LA COSTA ECUATORIANA



¡El material venía del bosque del noroccidente del Ecuador, del Bosque del Chocó!

Mi lindo mueble, que con suerte me duraría una década en buen estado, causó la tala de árboles que se demoraron 100 años en crecer; árboles de un bosque que para volver a tener las condiciones del bosque original necesitaría aproximadamente 250 años. Me sentí tan culpable, que el siguiente mueble lo hice con madera sólida que, si bien fue más caro y no lo tuve listo en un día, seguramente me durará cuatro veces más.

El Bosque del Chocó es uno de los ecosistemas más sensibles del planeta, un área de prioridad de conservación mundial, hábitat de muchas especies de aves, mamíferos, reptiles, anfibios y plantas, muchos de ellos endémicos (que no se los puede encontrar en ninguna otra parte del planeta).



Una de las tantas especies de anfibios.
Foto: ©Adela Espinosa



Hormiguero ocelado (*Phaenostictus mcleannani*) Foto: ©Antonio Páez



Magnolia canandeana.
Foto: ©Bente Klitgaard, Kew Gardens



Carlos C. Martínez Rivera, Curador de Anfibios y Reptiles, Zoológico de Filadelfia de visita en Canande. Foto: ©Carolina Rodríguez Plaza| ComuEcoMedia. Puerto Rico



Mariposa en Canandé
Foto: ©Adela Espinosa



Mono araña (*Ateles fusciceps fusciceps*).
Foto: ©Michael Moens



Caracolera Subtropical (*Sibon nebulatus*)
Foto: ©Antonio Páez

Se considera que El Chocó ecuatoriano alberga el 25% de la flora del país, aproximadamente 6300 especies de plantas (entre el 13% y el 20% son endémicas). Además, en él se encuentran 830 especies de aves (10% son endémicas). También es hogar de 142 especies de mamíferos (10% son endémicos).

La Fundación de Conservación Jocotoco, con el fin de conservar parte de lo poco que queda del Chocó Ecuatoriano, creó en el año 2000 la Reserva Canandé, un laboratorio natural de 2600 hectáreas, abierto para la investigación y la ciencia.

En ella se protegen 37 de las 62 especies de aves endémicas del Chocó. Además, se han registrado 120 especies de reptiles y anfibios, 35 de las cuales son endémicas. Entre las especies de mamíferos de la reserva existen cuatro especies de felinos, y una de las últimas poblaciones de mono araña de la costa (*Ateles fusciceps fusciceps*).

En los años 2010 al 2013 se realizó un estudio sobre mariposas. En este estudio se descubrió una nueva especie de mariposa entre las más de cien existentes en la reserva.

Además de proteger la fauna, la reserva protege especies importantes de flora, entre esas, el único género de árbol endémico del Ecuador, el Ecuadendron.

La Reserva Canandé es también el hogar de la *Magnolia canandean*, una nueva especie de magnolia descubierta en 2015. Hasta el momento, únicamente se han registrado tres individuos, un adulto y dos sub-adultos. A decir del Dr. Martin Schaefer, director ejecutivo de Jocotoco, este descubrimiento simboliza el poco conocimiento que tenemos de la riqueza del bosque que se está destruyendo.

La única manera de proteger lo que estamos perdiendo, es conociéndolo, informándonos más de su importancia, y tomando acciones que poco a poco vayan produciendo un cambio.



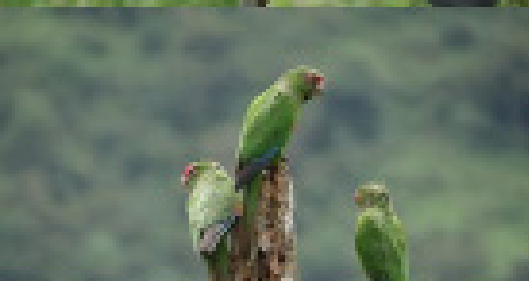
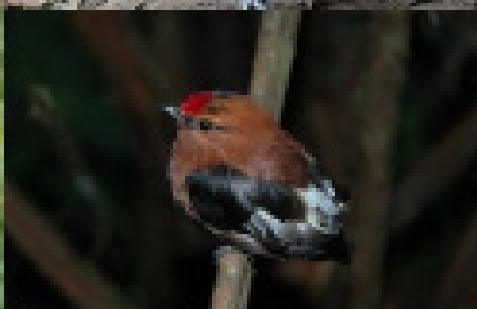
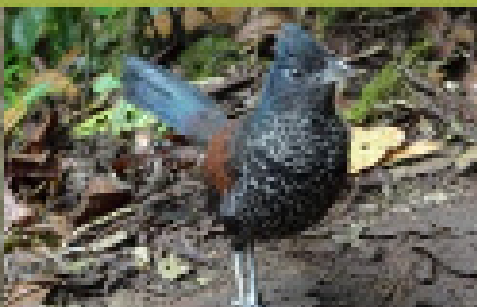
Adela Espinosa

Miembro del Directorio
FUNDACIÓN JOCOTOCO

.....
www.fjocotoco.org

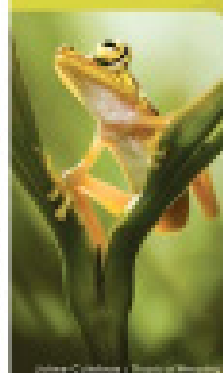


Unidad de Conservación
JOCOTOCO



VISITA NUESTRAS RESERVAS

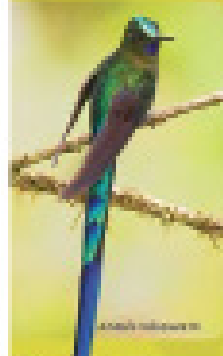
JOCOtours
Lodging & Tours



Ofrecemos: Tours privados, Eco-tours y Senderismo, Oportunidades de Fotografía, Hospedaje ecológico, Comida deliciosa, Senderos y Comederos de aves y mamíferos, Campings, WiFi

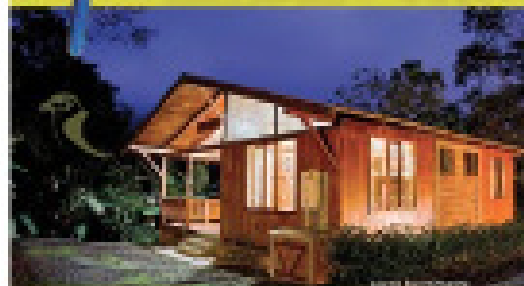


Visita la mejor red de conservación y ecoturismo en Ecuador. Somos parte de la alianza y ejemplar Fundación Jocotoco



Nuestros hoteles dentro de reservas naturales que protegemos:

- **Umbrellabird Lodge**
El Guano, Píscos, Loja
- **Casa Simpson**
El Nacional, Píscos, Loja
- **Unaca Lodge**
El Guano, Macaracuasi
- **Chocó Lodge**
El Guano, Macaracuasi



www.jocotoursequador.com

info@jocotoursequador.com

Tel: 2 505.139 / 099.244.0038

Lizanda García E9-104 y A. Xaura

ACTÚA - SÍ PUEDES CAUSAR UN IMPACTO EN EL PLANETA

Por: Daniela Ugazzi Gándara



¿Sabías que según los cálculos de la ONG Global Footprint Network, desde el pasado 2 de agosto quedaron agotadas las provisiones de recursos naturales -agua, suelo y aire- que la Tierra puede generar durante un ciclo anual?

El reporte informa que desde esa fecha se habrá emitido más carbono del que los océanos y los bosques pueden

absorber y se habrán capturado más pescados, recolectado más cosechas y consumido más agua de lo que el planeta es capaz de producir en ese periodo.

Cada vez se consume con mayor rapidez y la deuda que los seres humanos adquieren con el planeta -la huella ecológica- crece. En efecto, de

acuerdo a los informes que anualmente elabora Global Footprint Network, en el 1993, el techo de gasto se sobrepasó el 21 de octubre, en 2003 fue un 22 de septiembre y en el 2015 llegamos al 13 de agosto. Esto significa que día de hoy, la actividad humana consume recursos naturales 1,7 veces más rápido de lo que los ecosistemas los pueden recuperar. O que necesitamos 1,7 planetas para vivir.

Gobiernos, industria y consumidores somos responsables de la crisis ecológica y a todos involucrará la estrategia para alcanzar un consumo y producción sostenibles. Los gobiernos tienen la responsabilidad de crear políticas de protección ambiental que apunten hacia una producción limpia y hacia la racionalización del consumo. La industria por su parte, como responsable directa de la mayor parte de la degradación ambiental, debe asumir esa responsabilidad y transformar sus modos de producción y comercialización. Y los consumidores, también tenemos que asumir nuestra cuota en la responsabilidad colectiva y adoptar pautas de conductas más responsables y racionales en relación al consumo y disfrute de bienes y servicios, a la vez que exigir mayor nivel de información en relación a los mismos.

En ambas direcciones, los consumidores podemos desempeñar un papel determinante. Por un lado, los consumidores debemos asumir, como ya se ha indicado, nuestra parte de responsabilidad en la degradación ambiental y el agotamiento de los recursos. Al fin y al cabo, somos nosotros los que consumimos lo que produce la industria y sostenemos con nuestros votos la política de los gobiernos. Por ello, ser conscientes de nuestra responsabilidad y de nuestra fuerza potencial, es tan importante para evolucionar hacia un mundo ecológicamente (ambiental

y socialmente) sostenible. Así, la disminución del consumo debe plantearse como un objetivo clave.

El consumo responsable y sostenible debe empezar por un consumo consciente y responsable, y para ello, el consumidor debe exigir una información clara, sencilla y actualizada acerca de las connotaciones ecológicas y sociales de los productos ofertados en el mercado, y hoy a pesar de que el nivel de conciencia va aumentando, aún existe una considerable carencia de información precisa y de fácil acceso al público en general de estos temas y por ello, la carencia de información no permite una correcta comprensión del problema, ni la participación pública activa en defensa del medio ambiente y de la salud humana por parte de la mayoría de los consumidores.

Sin embargo, el consumo sostenible supone mucho más que cambiar un producto perjudicial para la tierra o para los humanos por otro más respetuoso: implica ante todo, cuestionar nuestro consumo y nuestro modo de vida; conlleva examinar nuestro papel ante las desigualdades de la economía mundial; significa retar a los gobernantes para que realicen políticas que favorezcan un cambio en el estilo de vida de los ciudadanos.

Es difícil entender cuáles son nuestras implicaciones y responsabilidades cuando leemos este tipo de noticias. Siempre nos quedamos pensando que es cuestión de los gobiernos o de las grandes empresas que son las mayores causantes de generar las emisiones de carbono que representan el 60% de la huella ecológica humana.





Sin embargo, desde la WWF, se insiste en acciones individuales o familiares para reducir la huella ecológica.

Preguntarnos qué hacemos en casa o cuándo vamos a un restaurante con el tema del desperdicio de comida, cómo son nuestros patrones de consumo. Se calcula que un tercio de la producción mundial de alimentos producidos para el consumo humano se pierde o es desechado, lo que equivale a 1.300 millones de toneladas anuales. Según la FAO, “producimos suficiente comida para alimentar a la población, pero sigue habiendo 795 millones de personas que pasan hambre, lo que ilustra la clase de desequilibrios que

existen en el sistema actual”.

Una de las formas más eficaces que se pueden realizar de forma individual consiste en comprar los alimentos a productores locales y evitar hacerlo con industrias alimentarias, esto debido a que las industrias generan un mayor impacto en la naturaleza que los agricultores locales.

Para mejorar la calidad del aire de las ciudades -espacios al que la mayoría de la población acude saliendo de los campos- se recomienda movilizarse en bicicleta o vehículos no motorizados, ya que ellos no tendrán un impacto sobre la huella de carbono.

Además, renovar los aparatos electrónicos que consumen mucha energía por aquellos que cuiden el medio ambiente y que sean más eficientes con el consumo energético. Solo de esta forma se podrá evitar un mundo futuro sin recursos para todos.

Es importante que los consumidores seamos los que reclamamos y exigimos que las empresas productoras cambien e innoven sus productos y modelos de producción con el fin de que se desarrollen energías renovables. Por otra parte, es importante que nosotros, los consumidores cambiemos nuestros hábitos y podamos reutilizar o reciclar productos con el fin de evitar la acumulación innecesaria.

Fotografías: Pixabay. Imágenes tomadas del sitio web: www.pixabay.com



Daniela Ugazzi Gándara

Economista especializada en RSE

.....
@DanielaUgazzi



**Convocatoria
abierta**

Mujeres
emprendiendo con  éxito

Inscríbete en: www.conquito.org.ec

Más información:
responsabilidad@conquito.org.ec
398 9000 ext. 2205 / kmoreno@conquito.org.ec

Inscríbete

Desde el 28 Julio
hasta el 29 de Agosto 2017

QUITO
ALCALDÍA

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES ¿por qué son importantes?



UN PHOTO

Harandane Dicko



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO

El Objetivo 12 tiene como propósito garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

En los próximos dos decenios, se espera que más personas se sumen a la clase media en todo el mundo. Esto es bueno para la prosperidad individual, pero aumentará la demanda de recursos naturales, ya limitados. Si no actuamos para cambiar nuestras modalidades de consumo y producción, vamos a causar daños irreversibles al medio ambiente.

¿Cuáles son las modalidades actuales de consumo y producción que deben cambiar?

Hay muchos aspectos del consumo que, con sencillos cambios, pueden tener un gran impacto en el conjunto de la sociedad. Por ejemplo, cada año, alrededor de un tercio de todos los alimentos producidos —el equivalente a 1.300 millones de toneladas, por un valor aproximado de 1 billón de dólares— termina pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y los minoristas, o deteriorándose a causa de las deficientes prácticas de recolección y transporte, algo que las empresas deben solucionar.

En lo que respecta a los consumidores, los

hogares consumen el 29% de la energía mundial y contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes. Sin embargo, si toda la población mundial pasara a utilizar bombillas de alto rendimiento energético, ahorraríamos 120.000 millones de dólares al año. La contaminación de las aguas es también una cuestión apremiante que exige una solución sostenible. Estamos contaminando el agua más rápidamente de lo que la naturaleza puede reciclar y purificar en los ríos y los lagos.



¿Cómo pueden ayudar las empresas?

Encontrar nuevas soluciones que ofrezcan modalidades de consumo y producción sostenibles redundaría en interés de las empresas. Es preciso comprender mejor los efectos ambientales y sociales de



©UN Photo/Evan Schneider



©UN Photo/Eskinder Debebe

los productos y servicios, tanto de los ciclos de vida de los productos como de la forma en que estos se ven afectados por su utilización en los estilos de vida. La identificación en la cadena de valor de los “puntos críticos” donde las intervenciones tienen mayor potencial para mejorar los efectos ambientales y sociales del sistema en su conjunto es un primer paso fundamental.

Las empresas pueden también utilizar su poder innovador para diseñar soluciones que puedan inspirar y motivar a las personas a llevar estilos de vida más sostenibles, reduciendo los efectos y aumentando el bienestar.

¿Cómo pueden ayudar los consumidores?

Existen dos formas principales de ayudar:

1. Reducir los desechos; y
2. Actuar de forma reflexiva a la hora de

comprar y optar por una opción sostenible siempre que sea posible.

Reducir los desechos que generamos puede hacerse de muchas maneras, desde asegurarnos de no tirar alimentos hasta reducir el consumo de plástico, que es uno de los principales contaminantes del océano.

Llevar una bolsa reutilizable, negarse a utilizar sorbetes y reciclar las botellas de plástico son algunas de las formas de contribuir cada día.

Tomar decisiones informadas a la hora de comprar también ayuda. Por ejemplo, la industria textil es hoy el segundo mayor contaminador de agua potable después de la agricultura, y muchas empresas de moda explotan a los trabajadores textiles en los países en desarrollo.

Si hacemos nuestras compras a proveedores locales y sostenibles, podemos marcar la diferencia y ejercer presión sobre las empresas para que adopten prácticas sostenibles.

Consúltense más sugerencias sobre el modo de contribuir a este objetivo en la web: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/takeaction/>

Para obtener más información sobre el Objetivo 12 y los demás Objetivos de Desarrollo Sostenible, puede visitar la web: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Este contenido ha sido publicado originalmente por Naciones Unidas, como material informativo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en:

http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2016/10/12_Spanish_Why_it_Matters.pdf





El consumo TE CONSUME

Por: Mónica Vaca Riofrío

“Consumo, sociedad de: prodigioso envase lleno de nada. Invención de alto valor científico, que permite suprimir las necesidades reales, mediante la oportuna imposición de necesidades artificiales”

Eduardo Galeano.

Uno de los puntos clave de los estudios sobre comportamientos de compra y en este sentido el consumo socialmente responsable muestra la existencia de un gap entre intenciones y comportamiento real.

Estos siete consejos suponen pautas de consumo más justas y respetuosas

con el medio ambiente que ayudan a disminuir dicha brecha: reflexionar, rechazar, reducir, reutilizar, reciclar, redistribuir y reclamar.

Los consumidores que asumen estas siete acciones contribuyen a lograr un mundo más equitativo y, de paso, ahorran dinero.

REFLEXIONAR

Los consumidores ecológicos son reflexivos y críticos. Reconocen que los seres humanos, como los demás seres vivos, forman parte de un todo interrelacionado: la naturaleza.

Cualquier acción que antepone a los seres humanos en detrimento de la naturaleza repercute de forma directa o indirecta en el bienestar humano actual y el de las generaciones venideras.

La información y la educación ambiental son claves para que los ciudadanos podamos repensar nuestra manera de consumir.

RECHAZAR

Los productos tóxicos, no biodegradables o no reciclables deben quedarse fuera de la lista de la compra. Este tipo de productos pueden estar en muchos ámbitos del hogar y, siempre que se pueda, hay que rechazar su uso y sustituirlos por otros más respetuosos con el medio ambiente.

Las etiquetas y la información al consumidor de los productos pueden ayudar a discernir cuáles hay que rechazar. Conocer bien los símbolos de reciclaje puede servir para saber si los materiales se recuperarán cuando acabe su vida útil.



REDUCIR

El resultado de la fórmula es evidente: menos bienes, menos gastos, menos explotación de los recursos naturales, menos contaminación y residuos.

No hay que dejar de consumir, sino hacerlo con conciencia. Antes de adquirir un nuevo producto, conviene preguntarse si de verdad es necesario.

REUTILIZAR

Prolongar la vida útil de los bienes contribuye al ahorro doméstico y a disminuir el impacto ambiental. Los envases o productos de usar y tirar son la antítesis de un consumo responsable y ecológico.

La reutilización es posible de muchas formas. Al hacer la compra, conviene llevar bolsas de tela o de otros materiales que permitan su uso

prolongado y eviten las perjudiciales bolsas de plástico. Las baterías recargables son menos nocivas que las de un solo uso. Las hojas de papel se pueden utilizar por ambos lados y las cajas de cartón se pueden aprovechar más veces para guardar otros objetos. Los libros, los discos, la ropa, etc. Lo barato sale caro, no solo para el bolsillo, sino también para el medio ambiente.

Los productos muy baratos de mala calidad no duran nada y acaban en la basura. En su lugar, los bien elaborados se pueden reutilizar más veces. Cuidar de manera adecuada los productos, hacer caso de las recomendaciones de los fabricantes y repararlos siempre que se pueda favorecerá a su duración.

RECICLAR

Separar los residuos de manera adecuada para su posterior reciclaje



es una acción con múltiples beneficios medioambientales. La basura reciclada no acaba en los basureros, cada vez más saturados, los materiales desechados se aprovechan para elaborar nuevos bienes y, por ello, se evita la extracción de nuevas materias primas y se reduce el consumo de energía en su elaboración.

Al reciclar una lata de aluminio, se ahorra una cantidad de energía similar a la que consume un televisor durante tres horas.

REDISTRIBUIR

Los desequilibrios entre los países ricos y pobres no sólo afectan a sus habitantes, sino también al medio ambiente.

La humanidad ha duplicado en los últimos 40 años su huella ecológica global, de manera que el consumo actual se basa en la utilización de los recursos de otros territorios o de generaciones futuras.

Si todas las personas del mundo vivieran como un ciudadano medio de EE.UU. o de Emiratos Árabes Unidos, se necesitarían más de 4,5 planetas Tierra.

El medio ambiente y la humanidad no pueden soportar de manera indefinida este desarrollo insostenible y por ello, hay que redistribuir el consumo de manera equitativa.

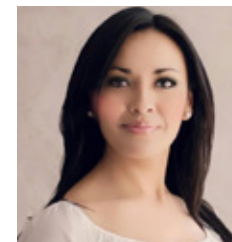
Los productos con una menor huella ecológica o basada en principios de comercio justo pueden disminuir estas diferencias.

RECLAMAR

Los consumidores podemos y debemos tener una participación activa en las actividades que influyen nuestra vida cotidiana. La ley ampara la posibilidad de reclamar y exigir actuaciones que contribuyan a mejorar el medio ambiente y la calidad de vida. Los consumidores somos la base del sistema productivo y nuestras decisiones de compra pueden modificar las tendencias del mercado.

Por ello, realizar un consumo responsable es una manera indirecta de reclamar a las empresas que incluyan la variable ecológica en sus bienes y servicios. Hoy día pocos niegan los importantes efectos económicos, sociales y medioambientales que están íntimamente ligados al fenómeno del consumo.

Fotografías: Pixabay: www.pixabay.com

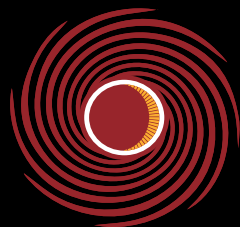


Mónica Vaca

Training Consultant

marketing@

treintasegundos.com



TreintaSegundos
comunicación estratégica



BUENAS PRÁCTICAS

La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ



La CECJ nace en el año 2003 bajo la iniciativa de organizaciones bananeras en la Provincia de El Oro, reactiva sus actividades en agosto del 2008, esta vez gracias al esfuerzo y la participación de organizaciones productoras de café, banano, plantas medicinales, cacao y quínoa.

Ahora se encuentra legalmente reconocida por el Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de Octubre de 2010.

Actualmente agrupa a 9 organizaciones de comercio justo a

nivel nacional que representan a más de 6400 familias productoras de café, cacao, plantas medicinales y quinua.

La CECJ es miembro activa de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo – CLAC, se alinea a su filosofía y comparte los valores de la democracia y participación, la solidaridad, equidad, respeto, transparencia y responsabilidad social y ambiental.

Fines específicos

- Consolidar y fortalecer la organización y operatividad (comunicación) de la CECJ articulándola a la CLAC.

- Promocionar el comercio justo, sus valores y principios e impulsar la generación de alternativas propias que consideren las realidades locales.

- Fortalecer las capacidades de sus miembros para contribuir a mejorar su calidad de vida.

- Crear y desarrollar espacios de incidencia política y diálogo.

- Desarrollar estrategias para mejorar la gestión productiva y diversificación de los mercados, tanto globales como locales.

- Asegurar el desarrollo de los ejes

transversales: género, cambio climático, seguridad alimentaria, trabajo infantil, relevo generacional, seguridad y bienestar laboral.

Misión

“Somos una instancia de representación de organizaciones de pequeños productores demográficamente organizados, dirigida al fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones de base, que facilitan asistencia a nuestros miembros, promocionamos nuestros productos, valores e incide en instancias sociales, políticas y económicas, dentro del marco de Comercio Justo”

Visión

“CECJ, es una organización gremial con capacidad fortalecida que brinda asistencia y capacitación a las organizaciones de base, asegurando nuestros ejes transversales, con una participación efectiva de los diferentes actores de la estructura, con nuestra propia alternativa de comercio justo, incidiendo en instancias que generan políticas de desarrollo y comercio, logrando posicionamiento a nivel, nacional e internacional, alcanzando diferenciación y promoción de los productos de nuestros pequeños productores”

Dentro de nuestras actividades de soporte y representación para





nuestros socios, la CECJ busca espacios de promoción para sus organizaciones miembros.

Plan estratégico comercial de la CECJ

El Plan Estratégico Comercial se ha desarrollado, con la finalidad de fortalecer las políticas de negociación con mercados y homogeneizar líneas de acción comerciales entre todas las Asociaciones que conforman la CECJ. En el proceso participaron compradores nacionales e internacionales, productores, equipos técnicos de las organizaciones y expertos de ALADI.

El plan estratégico comercial definió los siguientes objetivos para cumplirse en el plazo de cinco años:

Al año 1:

Fortalecer a los productores de base: Fomentando la Transparencia en la información, capacitación en contabilidad general, capacitación en contabilidad de costos.

Promover la fidelización de las asociaciones a la CECJ: promover la legalización de tierras, trabajo entre la CECJ y gobiernos locales y gobierno nacional. Homogenizar la contabilidad general y de costos de las asociaciones.

A los 3 años:

Aumento de la Producción: legalización de tierras, acceso a riego y prácticas sustentables

Mejorar Calidad: Capacitación en gestión productiva y empresarial, fomento de prácticas productivas ancestrales

A los 5 años:

Abrir Nuevos Mercados y acceso a Precio Justo: Capacitación de mercados alternativos

Fortalecer a la CECJ: alianzas público privadas, alianzas con gobiernos locales, alianzas con gremios empresariales, alianzas con organismos internacionales. Promoción de líderes al interior de la CECJ.

¿Cómo hacerse socio?

Podrán ser socios activos de la “CECJ” las Asociaciones, Federaciones, Corporaciones, de pequeños productores que cumplan con todos los requisitos que se señalan a continuación:

a) Hayan solicitado su ingreso por escrito al Directorio para ser aprobados por la Asamblea General.

b) Se encuentren registrados en un sistema de comercio justo Fairtrade Labeling Organization, Internacional Fund For Agricultural Development y otros.

c) Cumplan con la definición de pequeños productores de las redes de productos de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores en el comercio justo. Estas personas jurídicas se

harán representar ante la “CECJ” por sus representantes designados para este efecto, a quienes se les podrá denominar representantes o delegados.

d) Copia del Estatuto y Acuerdo Ministerial, en que obtuvo la personería ; jurídica la organización aspirante.

e) Copia del Acta de Asamblea General certificada por el secretario en la que se autoriza su afiliación, en la que debe constar los nombres de los delegados.

f) Copia de la nómina de la Directiva vigente, elegida por Asamblea General de socios certificada por el secretario de la organización.

g) Nómina de los socios vigentes

certificada por el secretario de la organización filial en la que conste, número de cédula de identidad, tipo de cultivo que desarrollan, certificadas y no certificadas en comercio justo.

h) Nombramiento de 2 delegados para que los representen con voz y voto en las Asambleas Generales; y,

i) Cumplir con todos los requisitos establecidos por la ley.





PREMIO AL ORNATO en el Distrito Metropolitano de Quito

El Premio al Ornato tiene una vigencia de más de 100 años, el cual inicia su reconocimiento en 1913, siendo el Municipio de Quito un referente a nivel mundial, en el reconocimiento del aporte que la edificación hace a la urbe “los más bonitos”, su relación con el contexto arquitectónico – urbanístico.

Durante este siglo se ha concedido un aproximado de 140 distinciones y en la actualidad se entregan el 8 de septiembre, en el marco conmemorativo de la declaratoria de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en un concurso público organizado por la Secretaria

de Territorio Hábitat y Vivienda. A lo largo de este primer siglo de existencia del Premio al Ornato, varios inmuebles han sufrido alteraciones morfológicas, estéticas, técnico constructivas, teniendo como efecto la pérdida de la autenticidad de legado arquitectónico, desarrollado

por arquitectos pioneros en la urbe capitalina.

¿Qué hacer entonces, para garantizar la conservación y evitar la pérdida de estos ejercicios arquitectónicos premiados?

El Premio al Ornato y su desarrollo:

Para inicios del siglo XX, el 16 de mayo de 1913, fue aprobada la “Ordenanza de Festejos”, que en su Art. 1 numeral 6, creó el “Premio al Ornato”, el cual consistía en la entrega de una tarjeta de oro, al propietario que hubiese hecho construir la mejor casa o edificio que satisfaga las necesidades de comodidad, solidez y ornato.

El jurado electo para la ocasión fue Dr. Mosquera, E. Anda Vásconez y un profesional de la ingeniería cuyo nombre se desconoce, siendo la Residencia del Sr. Vicente Baca, proyecto del Arq. Francisco Schmidt de nacionalidad alemana, ubicado actualmente en las calles Guayaquil y Galápagos esquina, inicio de la Guaragua, inmueble de tipología residencial, el primer condecorado con esta distinción.

Desde el primer premio hasta mitad de siglo XX, años 50, la tendencia y estilo de las edificaciones tienen cortes neo clásicos, modernistas y eclécticos con sistemas constructivos de muros portantes y materiales tradicionales, siendo desarrollados por arquitectos-



Residencia Vicente Baca - 1913



Residencia Galo Plaza Lasso - 1940

ingenieros entre los que destacan profesionales como: Arq. Antonio Russo, Arq. Rubén Vinci Kinard, Ing. Alfonso Calderón Moreno, y otros.

Pasada la mitad de siglo XX, los cortes de lenguaje arquitectónicos optan por

estilos modernos y racionalistas ligados a la tipología comercial, administrativo y servicios, con sistemas constructivos modernos basados en el hormigón armado, mamposterías, acero y vidrio, con ausencia de la decoración y ornamento, sustituyendo el alero

simple o con canecillos, por remates en antepechos, pretilas y acroterios.

Estos parámetros constituyen parte del lenguaje arquitectónico hasta finales de la década de los años 60, en la que destacaron: Arq. Carlos Khon, Arq. Giovanni Rotta, Arq. Sixto Duran Ballén, Arqs. Leonel y Enrique Ledesma, Arq. Jaime Dávalos, Arq. Gatto Sobral, Arq. Alfredo León, Arq. Juan Espinosa, Arq. Milton Barragán, Arq. Ovidio Wappenstein, Arq. Ramiro Pérez y otros. Algunos de estos arquitectos, ecuatorianos graduados en el extranjero.

Varias edificaciones de Premio al Ornato del periodo 1950 – 1970 son de fácil localización, por su valor histórico, socio cultural o simbólico, incluso algunos constituyen hitos urbanos, tales como: Cuerpo de Bomberos de La Mariscal, Edificio Casabaca – Francisco Baca, Quito Tennis, Colegio San Gabriel, Palacio Legislativo – Asamblea Nacional, Edificio Matriz del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y Edificio del Banco Central.

En la década del 70, se da prioridad y énfasis al desarrollo de proyectos arquitectónicos de administración pública, edificios en altura, de carácter comercial, residencial, comercio y servicios; empleándose un sistema constructivo y materiales contemporáneos, generando acabados brutalistas en los inmuebles, destacándose edificaciones como:

Alianza Francesa, Palacio Municipal, Edificio Cofiec y otros.

El “Premio al Ornato” en su mayoría se le otorga a la tipología residencial en los años 70, pues arquitectos en auge y boga diseñan sus propias residencias, edificaciones caracterizadas por desniveles, cubiertas a diferentes caídas, amplias dependencias y generosos espacios, con el predominio de materiales como el hormigón armado, acero, madera, vidrio y teja.

El Municipio de Quito comienza para estas fechas a otorgar la distinción a los proyectos en restauración en edificaciones patrimoniales como: Rehabilitación Hotel Majestic, Casa Museo del Mariscal Sucre, Palacio Arzobispal y otros.

Posteriormente, el Municipio de Quito consolidó la importancia del reconocimiento a los arquitectos que con su talento, creatividad y profesionalismo han continuado contribuyendo al ornato de la urbe,





Edificio Ámbar - 2015



Palacio Municipal - 1977

entre los cuales destacan los siguientes ejercicios de arquitectura premiados: Edificio Matriz Banco Popular, Capilla Católica Alemana San Miguel, Capilla del Hombre, Edificio Sede Flacso y otros.

El último año de premiación fue en 2015, teniendo como ganadores a los siguientes proyectos: odD House 1.0 Casa Borja y Edificio Ámbar.

Es importante mencionar algunos de los profesionales más destacados dentro del “Premio al Ornato”, aquellos acreedores de varias distinciones:

Arq. Antonio Paolo Russo
 Ing. Alfonso Calderón Moreno
 Arq. Sixto Duran Ballén
 Arq. Juan Espinosa
 Arq. Milton Barragán
 Arq. Ovidio Wappenstein
 Arq. Fernando Jaramillo
 Arq. Diego Banderas
 Arq. Rubén Moreira
 Arq. Rafael Vélez Calisto
 Arq. Ramiro Jácome

Aprobada el 29 de marzo del 2012, el otorgamiento del Premio al Ornato se basa en la Ordenanza Metropolitana N° 224, cuyas categorías son:

nuevas edificaciones destinadas a vivienda unifamiliar, edificaciones o viviendas multifamiliares, edificaciones o conjuntos destinados a usos diferentes, edificaciones o conjuntos destinados a equipamiento público o privado, intervenciones en edificaciones patrimoniales y obras urbanísticas.

El jurado para la selección está conformado por:

- El Alcalde Metropolitano de Quito o su delegado
- Un arquitecto o urbanista de trayectoria



- Un representante de las Facultades de Arquitectura del D.M.Q.

En el Distrito Metropolitano de Quito – D.M.Q, actualmente se tiene registro de la condecoración y reconocimiento a unos 140 inmuebles desde 1913 hasta el 2015, edificaciones de tipología y uso comercial, servicios, residencial, administración pública y privada, (de los cuales 23 han sufrido alteraciones morfológicas, técnico constructivas,

derrocamientos y sustituciones).

Se debe concientizar sobre la importancia de la preservación y conservación de estos inmuebles por sus características arquitectónicas, relación con el espacio público, muchos de ellos precursores en sistemas constructivos y desarrollados por destacados arquitectos que contribuyeron a la modernización de la urbe capitalina.

Existe una tarea del gobierno local en relación a las edificaciones del Premio al Ornato:

- Creación de normas y ordenanzas que permitan establecer planes de acción y conservación de los inmuebles “Premio al Ornato” en el DMQ.
- Desarrollo de programas e incentivos económicos, para estas edificaciones modernas y contemporáneas y con ello promover un mantenimiento técnico y su preservación en el tiempo.

Bibliografía

Alcaldía de Quito, 100 años del Premio al Ornato, Quito, 1ra Edición, Ecuador 2014.
 Evelia Peralta, Rolando Moya, Guía Arquitectónica de Quito, Quito, 1ra Edición, Ecuador, 2007.
 Junta de Andalucía, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Quito – Sevilla, 1ra Edición, Ecuador – España, 2004.

Fotografías: Archivo Instituto Metropolitano de Patrimonio IMP.



Arq. Manuel González

Instituto Metropolitano de Patrimonio

www.patrimonio.quito.gob.ec

Premio al **ORNATO**



QUITO
ALCALDÍA

EL IMPUESTO A LAS BOLSAS PLÁSTICAS EN COLOMBIA: UN PASO FIRME CONTRA LA BASURA MARINA EN EL CARIBE

Fuente: PNUMA



Toneladas de plástico afectan los medios de vida de los pescadores y las empresas turísticas en ciudades emblemáticas como Cartagena, en la costa caribeña de Colombia.

Para hacer frente a este desafío, Colombia ha estado promoviendo opciones ecológicas para sustituir los plásticos de un solo uso. A partir del 1 de enero de 2017, el Gobierno prohibió las bolsas plásticas desechables de menos de 30 x 30 cm y ordenó aumentar la capacidad de carga de las que se produjeran en el futuro. Esta acción por sí sola resultó en una reducción de 27% en el consumo de bolsas plásticas durante 2017.

El Gobierno dio un paso más y en julio de este año introdujo un impuesto a las bolsas de plástico desechables, con el objetivo de alentar a los consumidores a usar bolsas reutilizables. Esta medida ayudará a reducir la basura marina, que está compuesta sobre todo de plásticos y supone una de las mayores amenazas para la vida marina.

A la velocidad en la que descartamos artículos como botellas de plástico, bolsas de un solo uso o sorbetes, en

2050 nuestros océanos tendrán más plástico que peces. Por eso, a partir del 1 de julio de 2017, los colombianos están pagando un centavo de dólar (20 pesos colombianos) por cada bolsa de plástico que soliciten en los comercios al momento de hacer sus compras. Para disuadir a los consumidores, el Gobierno aumentará anualmente el impuesto en un 50 por ciento.

En años recientes, redes de voluntarios y organizaciones ambientalistas de Cartagena han enfrentado la marea plástica con frecuentes limpiezas de playas y talleres comunitarios para inculcar un consumo responsable, así como la reutilización y el reciclaje.

Nada más en las aguas de la comunidad de Tierrabomba, ubicada en una isla cercana a Cartagena, la Fundación Bahía y sus aliados recogieron 96 toneladas de desechos, mayormente plásticos, durante 2015. Esta es una carga insoportable para un pueblo humilde que carece de servicios públicos, indicó Olga Méndez, líder ambiental de la fundación. pobreza y se promueve la igualdad.

Pero estos esfuerzos no pueden detener por sí solos la basura que viene de los cauces de la ciudad o a través de las corrientes marinas, con efectos devastadores.

De acuerdo a cifras oficiales y la organización WWF, un colombiano usa al año 288 bolsas plásticas. Una reducción de 75% en el consumo de este artículo generaría beneficios sociales, ambientales y económicos valorados en

825 millones de dólares, de acuerdo con el Gobierno.

Los activistas ambientales de Cartagena aspiran a que la medida ayude a transformar los patrones de uso de plástico en el país, con efectos positivos en la calidad de agua del Caribe, el segundo mar más contaminado del mundo, después del Mediterráneo.

“Colombia necesitaba arrancar y este es un gran paso para lograr una economía que no sea dependiente del plástico”, dijo Camilo Mercado, coordinador de la red de voluntarios Jóvenes de Ambiente en Cartagena.

Mercado, estudiante de Economía, pide que a la par del gravamen se difunda información en todo el país sobre el dañino impacto de la basura en los océanos para que las personas entiendan la finalidad del impuesto y no se acostumbren a simplemente pagarlo, sin reducir su consumo.

Colombia es uno de los cinco países con mayor diversidad marina a nivel global. Sus costas se extienden por 2.900 kilómetros y su mar territorial alcanza casi el millón de kilómetros cuadrados, en el Caribe y el Pacífico. En sus aguas habitan 2600 especies marinas, 155 corales duros y 6 de las 7 especies de tortugas que hay en el mundo.

El país andino forma parte de la campaña Mares Limpios de ONU Medio Ambiente, que busca reducir drásticamente la producción de microplásticos y plásticos de un solo uso para 2022.

NUEVO SISTEMA DE INFORMACIÓN EN SANTA LUCÍA AYUDARÁ A CONOCER MÁS SOBRE EL ESTADO DEL MEDIO AMBIENTE

Fuente: PNUMA



En la nación caribeña de Santa Lucía se está desarrollando un nuevo y más confiable sistema de información ambiental. Al igual que muchos Pequeños Estados Insulares en Desarrollo, este país es altamente vulnerable, por ejemplo, a los impactos del cambio climático, donde el monitoreo ambiental es clave.

Impulsado por el Departamento de Desarrollo Sostenible del país, se espera que este proyecto mejore la producción y el almacenamiento de información sobre el estado del medio ambiente de Santa Lucía.

El sistema de información contribuirá a la implementación de acciones ambientales para salvaguardar la biodiversidad de Santa Lucía. También apoyará la adopción de medidas necesarias para abordar los efectos del cambio climático y la desertificación, que exponen a las generaciones futuras a riesgos ambientales significativos.

El objetivo principal de esta centralización de datos ambientales será apoyar el cumplimiento de tres acuerdos ambientales multilaterales en Santa Lucía:

los Convenios sobre Diversidad Biológica, Cambio Climático y Desertificación.

El sistema de presentación de informes para la recopilación y gestión de datos contará con el apoyo del Fondo para el Medio Ambiente Mundial y ONU Medio Ambiente, que mejorarán la capacitación local para garantizar la eficacia del proyecto.

El primer entrenamiento en gestión de la información tuvo lugar entre el 12 de junio y el 5 de julio, donde representantes del Gobierno de Santa Lucía, organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil recibieron instrucción sobre cómo operar el sistema eficientemente.

Francesco Gaetani, oficial de programa de ONU Medio Ambiente, sostiene que el proyecto ayudará a las instituciones a coordinar y adoptar marcos legales que facilitarán la producción y el intercambio de datos. También espera que este nuevo mecanismo se replique en los países del Caribe que también necesitan un mejor acceso a la información para abordar los temas ambientales.

COLOMBIA ACOGIÓ CONGRESO SOBRE LA GESTIÓN SOSTENIBLE DE PÁRAMOS Y ECOSISTEMAS DE MONTAÑAS

Fuente: PNUMA



Bogotá fue la sede de una reunión

internacional donde se discutió la importancia de promover políticas públicas que resguarden los páramos y ecosistemas montañosos que comparten los países andinos ante las amenazas del cambio climático.

Las montañas abarcan 22% de la superficie del planeta y son el hogar de 13% de la población mundial. Preservar los ecosistemas montañosos es crucial en la búsqueda de un desarrollo inclusivo y sostenible. Sólo en los Andes tropicales, viven unas 60 millones de personas. El área alberga desde remotas aldeas agrícolas a grandes centros urbanos, como Mérida, Bogotá, Quito, Cusco, El Alto y La Paz.

Este congreso contó con la participación de delegados gubernamentales, científicos, actores gubernamentales y no gubernamentales y sociedad civil con la intención de habilitar un espacio para el intercambio de experiencias y propuestas que puedan favorecer la protección de páramos y montañas. Según especialistas, urgía abordar las amenazas que el cambio climático presenta para la gestión del agua, los suelos, la biodiversidad, la seguridad alimentaria y la salud. Además, fortalecer medidas de prevención de desastres asociados con el cambio climático, así como compartir datos y mejorar los sistemas de monitoreo climático.

Organizado por ONU Medio Ambiente y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia, entre otros, el encuentro buscaba promover la construcción de alianzas estratégicas entre los países andinos y fortalecer las instituciones competentes y sus programas de sostenibilidad.

VENTANA AL MUNDO

MISIÓN BOSAWAS



¿Cuál es su definición de Sostenibilidad?

La sostenibilidad está vinculada a las responsabilidades, acciones y compromisos que asumamos como ciudadanos; analizar y cuestionar nuestras prácticas para crear alternativas en colectivo que contribuyan a la conservación del medio ambiente. De esta forma aportar para que las futuras generaciones puedan ver, sentir y aprovechar de forma sostenible las bellezas naturales de Nicaragua.

¿Cuándo y con qué propósito fundamental surge Misión Bosawas?

Surge a mediados del 2012 como una campaña para informar, sensibilizar y educar sobre la Reserva de Biosfera BOSAWAS, posicionando la problemática en agenda pública del país, convertirnos en amplificadores de la voz de las comunidades originarias que habitan la reserva, y llevar su mensaje hacia las zonas urbanas de la capital de Nicaragua.

¿Qué principios orientan su labor?

Hemos establecido principios que son transversales en nuestra estructura de trabajo, los cuales son coincidentes con la norma ISO26000 sobre Responsabilidad Social: Comportamiento Ético; Respeto a los Derechos humanos; Relacionamiento con grupos de interés; Transparencia y rendición de cuentas; Independencia y Veracidad; Respeto a los Derechos Humanos.

¿Quiénes son los principales beneficiarios de su trabajo?

Nuestros principales beneficiarios son las comunidades Mayangnas y Miskitas de BOSAWAS, respaldamos sus demandas al Estado exigiendo el cumplimiento de las leyes para la protección y conservación del medio ambiente. También las y los jóvenes que forman parte del voluntariado adquieren información y experiencias que enriquecen su desarrollo humano.

¿Cuáles son sus ejes de servicio?

1. El fortalecimiento institucional a través de programa de gestión del voluntariado; 2. Sensibilizar y Proyectar, a través de una estrategia de comunicación que haga visible la realidad rural a las zonas urbanas y; 3. Alianzas Estratégicas con actores claves para desarrollar propuestas en beneficio de la conservación de BOSAWAS.

¿Cómo se puede apoyar la gestión de Misión Bosawas?

Crear redes es fundamental para crecer y mejorar, compartiendo la información que publicamos en las redes sociales logramos visibilizar nuestra situación, para conseguir apoyo y contactos que compartan oportunidades de proyectos y experiencias exitosas de trabajo por el medio ambiente y juventudes.



COOPERACIÓN GLOBAL

PNUD brinda asistencia técnica en el proceso de construcción de la Visión Ibarra 2030



Nuno Queiros, representante adjunto del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Ecuador, se reunió con Álvaro Castillo, alcalde de Ibarra para renovar el compromiso ya suscrito en noviembre de 2016, por el cual el PNUD brindará asistencia y acompañamiento técnico al Gobierno Autónomo

Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, en el proceso de construcción de la 'Visión Ibarra 2030'.

Esta colaboración incluirá líneas de acción a mediano plazo para orientar el quehacer del municipio y los compromisos de la ciudadanía; y será complementaria

a los instrumentos de planificación existentes y vigentes en la actualidad, a través de las siguientes fases:

- 1.- Fase de sensibilización sobre la Agenda 2030 y los ODS.
- 2.- Fase de construcción participativa de la Visión Ibarra 2030 y su plan de acción.
- 3.- Fase de difusión de la Visión Ibarra 2030 y sistematización del proceso.

Por iniciativa del alcalde, Ibarra ha sido uno de los primeros municipios del Ecuador que se inserta en este proceso global de implementación de la Agenda 2030.

El objetivo principal del acuerdo de cooperación técnica con PNUD es llevar adelante un proceso participativo para la construcción de la VISION IBARRA 2030, alineada con los principios de la Agenda 2030 y los ODS.

Este contenido ha sido publicado originalmente por: Centro de Prensa PNUD Ecuador en: <http://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/presscenter/articles/2017/07/06/pnud-brinda-asistencia-tcnica-en-el-proceso-de-construccion-de-la-vision-ibarra-2030/>

Ecuador recibe más de US \$ 80 millones para frenar la deforestación



©PNUD Ecuador

Ecuador recibe la primera parte de un desembolso de US \$ 84 millones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y proteger los bosques, convirtiéndose en el primer país en recibir recursos financieros del Fondo Verde para el Clima (GCF, por sus siglas en inglés), un fondo global para apoyar los esfuerzos de los países en desarrollo para responder a los desafíos del cambio climático, a través de REDD+, un Programa Conjunto de Naciones Unidas para la Reducción de Emisiones de la Deforestación y la Degradación de los Bosques en los Países en Desarrollo.

Esta transferencia de 7,9 millones de dólares al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) -que trabaja en asociación con entidades

gubernamentales, la sociedad civil y el sector privado- marca un hito clave en la distribución de financiamiento climático que respalda REDD+ y en el objetivo de Ecuador de controlar la expansión agrícola en áreas forestales, con prácticas de producción ganadera más sostenibles para reducir la deforestación.

El financiamiento climático también fomentará los préstamos que fomenten prácticas agrícolas sostenibles, promuevan incentivos fiscales para las actividades de apoyo a REDD + y faciliten el flujo de productos elaborados sin deforestación en el mercado global.

"La financiación recibida por el Fondo Verde para el Clima es muy importante porque nos permite continuar con la

fase de implementación de las políticas y acciones establecidas en el Plan de Acción REDD +", dijo el ministro de Ambiente de Ecuador Tarsicio Granizo.

"La implementación del Plan de Acción REDD + en Ecuador, posible gracias al financiamiento recibido del Fondo Verde para el Clima, es un hito importante para ayudar al país a lograr una deforestación neta cero en 2020", dijo Jessica Faieta, secretaria general adjunta de la ONU y directora de la Oficina Regional del PNUD para América Latina y el Caribe, y agregó que la iniciativa también generará beneficios para las comunidades locales, con especial enfoque hacia las mujeres y los jóvenes.

El especialista en bosques y uso del suelo del Fondo Verde para el Clima, Juan Chang, dijo que REDD + tiene un enorme potencial para reunir los beneficios del financiamiento climático y el desarrollo sostenible. "REDD + puede contribuir a reducir significativamente las emisiones generadas por las actividades no sostenibles de uso de la tierra, conservar los bosques naturales y aumentar las reservas de carbono en tierras previamente degradadas, respetando también a los pueblos indígenas y a las personas que dependen de los bosques en estos ecosistemas".

Uno de los estudios REDD + más recientes indica que el programa tiene el potencial de reducir las emisiones globales en hasta un 30 por ciento.

Este contenido ha sido publicado originalmente por: Centro de Prensa PNUD Ecuador en: <http://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/presscenter/articles/2017/07/10/ecuador-recibe-m-s-de-us-80-millones-para-frenar-la-deforestaci-n/>



TreintaSegundos
comunicación estratégica

CREEMOS EN LA COMUNICACIÓN HUMANIZADA
QUE PROMUEVE LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DE PENSAMIENTO



Brindamos asesoría en comunicación estratégica a partir de un diagnóstico profesional personalizado. Creamos soluciones específicas con resultados relevantes.



/TreintaSegundos



@30seg

treintasegundos.com