

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

Relaciones Internacionales con Énfasis en Comercio Exterior

Grado académico: Licenciatura

**Aplicación del objetivo de desarrollo sostenible# 12:
Producción y consumo responsable con respecto a las
empresas multinacionales de e-commerce tomando como
ejemplo el caso de Amazon en los Estados Unidos de
América en el periodo del 2018-2023.**

Katherine Roxana Tenorio Flores

Tutor: Oscar López Powan

San José, Marzo del 2024.

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

A mi papá y mamá, quiero expresarles mi más sincero agradecimiento por su apoyo y amor durante todo este camino. Sus palabras realmente fueron mi guía constante a lo largo de este desafío que hoy estoy culminando. Gracias por estar siempre ahí para mí, brindándome el ánimo necesario para seguir adelante. Su capacidad para inculcar un pensamiento positivo en cada uno de mis proyectos ha sido un regalo invaluable que ha fortalecido mi determinación y mi confianza.

A mi tutor de tesis, su sabiduría, orientación y dedicación han sido fundamentales en la culminación de este proyecto. Quiero agradecer profundamente cada crítica constructiva y enseñanza que para mí han sido un apoyo en mi crecimiento académico y personal. Gracias por compartir su conocimiento y experiencia conmigo.

Y a mí misma, hoy celebro mi propia dedicación, perseverancia y determinación para alcanzar este importante logro de mi vida. Reconozco el trabajo y el sacrificio que conllevó este trabajo, así como el crecimiento personal y aprendizaje que experimenté en el proceso de investigación. Espero que este logro sea un recordatorio de mi capacidad para superar los desafíos y alcanzar todas las metas que tengo en mente para mi futuro.

TABLA DE CONTENIDOS

[_Toc160877204](#)

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.2 Objetivos.	19
1.2.1 Objetivo general.	19
1.2.2 Objetivos específicos	19
1.4 ANTECEDENTES.	24
1.5 PROYECCIONES	37
CAPÍTULO II. MARCO TEORICO.....	41
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO	81
3.1 ENFOQUE	81
3.1.1. ENFOQUE CUALITATIVO	81
3.2 DISEÑO	82
3.3 FUENTES DE INFORMACIÓN	84
3.3.1. FUENTES PRIMARIAS.....	84
3.3.2. FUENTES SECUNDARIAS	85
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	86
3.6 INSTRUMENTOS.....	88
3.6.1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	89
3.6.2 ENTREVISTA A PROFUNDIDAD.....	89
3.7 FASES DE RECOLECCIÓN DE INSTRUMENTOS	90
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	92
CAPÍTULO V.....	114
CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	114
ANEXOS	122
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130

RESUMEN EJECUTIVO

Adentrarse en la implementación del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12 es lo que busca la investigación, el cual aborda la producción y consumo responsables, enfocándose en el ámbito de las empresas multinacionales de e-commerce, con especial atención en Amazon en los Estados Unidos durante el periodo 2018-2023. Se reconoce el papel cada vez más relevante que desempeña el comercio electrónico en la economía global, pero también se destaca su contribución a la degradación ambiental que afecta de forma directa a todo el mundo.

En particular, es crucial reconocer otros aspectos que contribuyen al impacto ambiental del comercio electrónico. Entre ellos se encuentran el uso intensivo de recursos como la energía en los centros de distribución y almacenamiento, así como la generación de residuos electrónicos a medida que los consumidores actualizan sus dispositivos. Estos desafíos subrayan la necesidad de adoptar medidas más holísticas que aborden todo el ciclo de vida de los productos, desde su fabricación hasta su entrega final al consumidor, y promover la transición hacia soluciones más sostenibles para evitar desechos.

Además de permitir la evaluación del impacto medioambiental de las estrategias de producción y consumo de estas compañías, lo que resulta crucial para identificar áreas de mejora. Esta perspectiva también promueve un enfoque más ético y responsable en la fabricación y el consumo con el fin de tener beneficios tangibles, no solo para el entorno natural al reducir la huella ecológica y mitigar la degradación ambiental, sino también para el bienestar social y económico al fomentar prácticas más sostenibles que pueden generar empleo, mejorar la calidad de vida y fortalecer la reputación de las empresas.

Bajo ese contexto, es imperativo que las empresas de e-commerce, incluyendo a gigantes como Amazon, implementen estrategias que reduzcan su huella ambiental, optimicen el uso de recursos y fomenten la responsabilidad social y ambiental en toda su cadena de valor. Esto no solo contribuirá a mitigar el impacto negativo del comercio electrónico en el medio ambiente, sino que también impulsará la innovación hacia prácticas más sostenibles y promoverá un consumo consciente entre los usuarios finales.

También es necesario tomar en consideración el manejo ineficiente de embalajes, que genera una significativa cantidad de residuos y contribuye al deterioro del medio ambiente. Este problema se ve exacerbado por el crecimiento exponencial del comercio electrónico y la necesidad de garantizar la entrega segura de productos a los consumidores. Además, se examina cómo las acciones llevadas a cabo por compañías como Amazon influyen directamente en la promoción de la producción y el consumo responsables a escala mundial.

La investigación destaca la relevancia del ODS 12 como un marco para abordar estos desafíos y promover una economía más equitativa y respetuosa con el medio ambiente. Es decir, se llega a enfatizar la necesidad de que las empresas de e-commerce adopten medidas concretas y previamente analizadas para reducir su impacto ambiental, como la optimización de embalajes, la implementación de políticas de reciclaje y la promoción de productos sostenibles. También se enfatiza la importancia fundamental de la colaboración internacional y el intercambio de experiencias positivas para impulsar la sostenibilidad en el ámbito del comercio electrónico a nivel mundial.

En conclusión, la investigación subraya la importancia de abordar la problemática del consumo y producción irresponsables en el comercio electrónico y destaca la necesidad de que empresas como Amazon asuman un liderazgo en la implementación de prácticas más sostenibles. De esta manera, estas empresas pueden contribuir significativamente a la construcción de un futuro más equilibrado y respetuoso con el medio ambiente.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Actualmente, el progreso económico y social del mundo, ha estado acompañado de una degradación medioambiental, causada por productos innecesarios y embalajes exagerados que están poniendo en peligro los mismos sistemas de los que depende nuestro desarrollo a futuro, es por ello que esta investigación se refiere a la aplicación del objetivo de desarrollo sostenible #12: Producción y consumo responsable, con respecto a las empresas multinacionales de e-commerce.

Hoy en día, el tema de comercio electrónico ha ido tomando más relevancia debido a que el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación y las grandes inversiones, en el campo informático, han convertido el internet en una herramienta fundamental de las negociaciones, en el que las compras se mueven en un escenario digital, donde los proveedores de bienes y servicios y consumidores finales tienen acceso y transmisión mundial de la información. (Cordero,2019, p.16)

La característica principal de este tipo de comercio es ser una actividad realizada por medio de una transacción operativa digitalmente, es decir, llega a reemplazar a las ventas tradicionales en locales comerciales. Entonces, al ser enviado directamente a la casa del comprador, se hace necesario la utilización de embalajes para proteger el producto comprado.

Ahora bien, para analizar esta problemática se debe reconocer que uno de los principales problemas es el embalaje, es decir, todos los artículos enviados hacia los compradores requieren cierto tipo de embalaje, con el fin de proteger el artículo o incluso, la privacidad de lo comprado, lo cual, está creando una enorme huella de carbón, por los materiales utilizados para el envío de los productos.

Además, las empresas de e-commerce muchas veces desean asegurarse de que sus productos sean recibidos en condiciones óptimas, es por esto que se realizan técnicas de relleno excesivas, utilizando bolitas de espuma de poliestireno, papel cartón o plástico burbuja, que al final se convierten en agentes contaminantes.

En el contexto actual, la creciente influencia de las corporaciones multinacionales de comercio electrónico, como es el caso de Amazon, ha ocasionado una notable transformación en los modelos globales de producción y consumo. Con el impulso de la globalización que facilita el crecimiento de estas plataformas, resulta fundamental entender de qué manera están aplicando, o no, los principios de producción y consumo sostenible y cómo esto repercute en la sociedad y en el medio ambiente. En este sentido, el siguiente apartado se centra en estudiar la situación de Amazon en los Estados Unidos de América, durante el periodo comprendido entre 2018 y 2023.

1.1 PLATEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La preocupación por el cuidado del medio ambiente no es una temática actual, lamentablemente, ha sido un tema que ha perdurado a lo largo de los años con el nacimiento de las industrias y el desarrollo de las sociedades. Desde ese momento, se reconoció la contaminación y el impacto en el entorno natural que tuvieron muchas compañías en el mundo y con ello nació la importancia de tomar un plan de acción que ayude al mundo internacional a mitigar el impacto negativo que han desarrollado muchas empresas en el medio ambiente.

Desde 1972, con la primera conferencia mundial sobre el medio ambiente, celebrada en Estocolmo, se empezó a hablar sobre la conservación y mejora del medio humano, con el fin de crear un plan de acción medioambiental internacional, siempre tomando en consideración las actividades que pudieran provocar el cambio climático. Esto último ha sido uno de los temas principales en la actualidad, ya que se ha logrado determinar cuáles son esas actividades que han repercutido contra el cambio climático en los últimos años.

En un apartado sobre la identificación y control de contaminantes de amplio calado internacional, en esa conferencia se planteó la cuestión del cambio climático por primera vez, todo esto con el fin de empezar a advertir a los gobiernos que debían tomar en consideración todas esas acciones que pudieran provocar el cambio climático y poder evaluar la magnitud de las repercusiones de éstas sobre el clima. (ONU,s.f). Es decir, la cuestión del cambio climático ha sido un tema primordial desde que se decidió tomar en cuenta el establecimiento de estaciones para el seguimiento de la evolución a largo plazo y formar parte de un proyecto en el cual, todos los países intenten mejorar el cambio climático, como tal.

Dicho lo anterior, es importante que se pueda reconocer la importancia del aprovechamiento de los recursos en el medio ambiente, debido a que esto nos permite no solo tener una visión de las interacciones del hombre y la naturaleza, sino que podemos descubrir las transformaciones que se han ido produciendo y cómo podemos ayudar.

En efecto, uno de los aspectos cruciales para contribuir al medio ambiente es el aprovechamiento de los recursos, lo cual, hace referencia a la adaptación de todos los recursos y materiales de los que se dispone, con el fin de evitar vivir en una sociedad basada en el consumo y evitar que se convierta en un círculo vicioso de compras de artículos y productos que, en realidad, no se necesitan. En este sentido, se logra entender que uno de los principales problemas con el aprovechamiento de los recursos, son las compras online.

Las compras online y el sector del comercio electrónico han crecido de manera considerable, sobre todo en los últimos años. The World Economic Forum (2020), argumenta que entre 2014 y 2019, las ventas online, por medio de empresas de e-commerce, prácticamente se triplicaron en todo el mundo de forma desequilibrada, evidentemente es debido a múltiples factores como la aparición de nuevos modelos de negocio digitales o incluso, los avances tecnológicos en logística, que son reconocidos por ofrecer productos con entregas más rápidas y flexibles.

Por consiguiente, el problema principal con las compras online es que, al igual que otros hábitos de compra, tienen una serie de impactos negativos en el medioambiente, como por ejemplo, el relacionado con el embalaje y empaque de las compras, ya que esto no solo incluye el empaque del producto, sino también la caja del envío de dicho artículo.

Asimismo, resulta apropiado extender la reflexión para considerar el impacto ambiental, relacionado con el modo de transporte utilizado en la distribución de las adquisiciones realizadas a través de plataformas en línea, que han sido mencionadas anteriormente. Es decir, la relevancia de este aspecto se acentúa al examinar, de manera integral, las consecuencias ambientales resultantes de las acciones vinculadas al comercio electrónico.

En una sociedad cada vez más marcada por la digitalización, la expansión del comercio electrónico ha alterado, significativamente, la manera en que se llevan a cabo el adquirir productos. Sin embargo, este cambio no está exento de desafío y uno de los aspectos que ha generado una creciente preocupación, es el manejo ineficiente de los embalajes.

Las reflexiones de Kerautem (2019), resaltan la necesidad de una gestión más responsable y mejorada por parte de los actores del comercio electrónico, en lo que respecta a los embalajes. ¿Quién no se enfada cuando recibe sus compras online en cajas tres veces más grandes que los productos que contienen? Envases mal adaptados, plástico o papel en grandes cantidades para colmar el vacío... En resumen, en lo que respecta al embalaje, los actores del comercio electrónico pueden hacerlo mejor... (Kerautem,2019)

Entonces, con el problema del embalaje y empaque se permite identificar, que los consumidores son cada vez más reflexivos, en lo que respecta al impacto ecológico y medioambiental de sus compras, incluso, se vuelven más conscientes del impacto del comercio electrónico, la logística del transporte utilizado y otros factores, en general, que forman parte de las compras online en plataformas como Amazon. Merino (2016), expresa que “Estados Unidos se encuentra posicionado en el primer puesto, debido a su crecimiento y la confianza que existe con los consumidores para realizar compras online; en ese país, el comercio electrónico creció un 15% en el 2014” (p.1).

Así las cosas, se puede entender que, en Estados Unidos, Amazon se ha convertido en el principal destino de compras online para millones de personas en todo el mundo y esto incluyen embalajes, paquetes y transporte de millones de personas. Amazon sigue prevaleciendo, a diario, en sus gamas de productos de calidad, debido a que ofrece desde artículos de primera necesidad, hasta electrónicos y mucho más.

Adicionalmente, es importante resaltar que el servicio de entrega global, proporcionado por Amazon, va más allá de ser un servicio que se encarga de garantizar que los clientes reciban sus productos con rapidez y eficacia. Este servicio integral no solo garantiza la puntualidad en la entrega, sino que también brinda, a los clientes, la posibilidad de realizar un seguimiento de sus paquetes, gestionar devoluciones de manera conveniente y acceder a diversas opciones de envío, adaptadas a sus necesidades específicas

La amplia cobertura y la meticulosa atención a los detalles logísticos, son elementos esenciales que contribuyen a la destacada reputación de Amazon, en cuanto a la satisfacción del cliente en el ámbito de la entrega de productos, a nivel mundial. En tal sentido y tomando en consideración lo que se ha mencionado con anterioridad, se llega al nacimiento de la agenda 2030, en el Sistema Internacional.

En septiembre de 2015, se aprobó el mayor plan de acción global para lograr un mundo más inclusivo y próspero para todas las personas y el propio planeta, esta agenda 2030, nace como respuesta a la necesidad de abordar los desafíos mundiales más alarmantes como la pobreza, la desigualdad, el cambio climático, la degradación ambiental y la falta de desarrollo sostenible.

Estos últimos tres puntos son los que permiten entender que, en el mundo actual, la preocupación por el medio ambiente nace en conjunto y necesita ser desarrollada, no solo por los individuos como actores internacionales, sino también por grandes compañías como Amazon. Es decir, las empresas de e-commerce no sólo pueden no tener un impacto negativo en el planeta, sino que, pueden hacer que el servicio que ofrecen, no afecte al planeta.

Partiendo de lo anterior, las empresas de e-commerce se pueden ligar, de una manera trascendental, con el objetivo de desarrollo sostenible (ODS) número 12, el cual se define como producción y consumo responsable, es decir, el consumo y la producción mundiales que son esas reconocidas fuerzas que ayudan de cierta manera, a impulsar la economía mundial, dependen del uso del medio ambiente natural o bien de los recursos, sin embargo, el uso de dichos recursos continúa teniendo efectos destructivos sobre el planeta.

La esencia fundamental de la sostenibilidad en el consumo y la producción, reside en la creación de bienes de mayor calidad, a través de la utilización más eficiente de los recursos disponibles. Este enfoque busca obtener beneficios o ganancias netas de las actividades económicas, al reducir la utilización de los recursos, previniendo la degradación ambiental y mitigando la contaminación, al tiempo que se persigue una mejor calidad de vida. (CEPAL, s.f, p.02).

Por ende, el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, ofrece la oportunidad de involucrar a las empresas de e-commerce, las cuales tienen la responsabilidad de contribuir a la limpieza y rehabilitación de tierras, agua y ecosistemas afectados por sus operaciones, envíos, embalajes, entre otros. De este modo, lo anterior se traduce en la búsqueda de un equilibrio mejorado en la producción, abordando la realidad desequilibrada que llega a caracterizar la cotidianidad, en la mayoría de los países actuales.

Es entonces que, partiendo de los diferentes factores desarrollados anteriormente, se puede establecer una interrogante para comprender cuál es el plan de las empresas de e-commerce ante esta situación. Por ello, la interrogante científica de esta investigación sería: ¿Cuáles acciones pueden tomar las empresas de e-commerce como Amazon, con el fin de aplicar el ODS 12 en Los Estados Unidos de América, durante el período 2018 – 2023?

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general.

Analizar la aplicación del objetivo de desarrollo sostenible# 12: Producción y consumo responsable, con respecto al impacto de la empresa Amazon en los Estados Unidos, como empresa de e-commerce, en el periodo del 2018-2023.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Explicar las diferentes acciones propuestas para el cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible #12: producción y consumo responsable, por parte de la Organización de las Naciones Unidas.
2. Reconocer las características, las necesidades de la producción y el consumo responsable en los Estados Unidos de América, ante el aumento en la creación de tendencias sociales dentro de la población estadounidense, con respecto a las compras de e-commerce.

3. Explicar la problemática y consecuencias de la gestión ineficiente de los recursos en los Estados Unidos de América, en el periodo de 2018-2023, con respecto a las compras de e-commerce.
4. Exponer el fortalecimiento y el avance de las tendencias medio ambientales relacionadas al ODS 12 en los Estados Unidos de América, con respecto a Amazon como empresa de e-commerce.

1.3 JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación tiene su enfoque en analizar la aplicación del objetivo de desarrollo sostenible# 12: Producción y consumo responsable, con respecto a Amazon como empresa de e-commerce. Esta investigación se lleva a cabo con el objetivo de profundizar en la comprensión de una problemática que ha evolucionado de forma negativa y que actualmente muestra una tendencia en crecimiento, afectando no solo a los Estados Unidos de América, sino también a todo el mundo.

La importancia de esta investigación radica en proporcionar una evaluación crítica de cómo las acciones de las empresas de e-commerce afectan el medio ambiente, la sociedad y la economía. Este análisis es esencial para promover un enfoque más responsable y sostenible en el ámbito del e-commerce en su totalidad. La comprensión detallada de estas implicaciones proporcionará una base informada para la formulación de prácticas y decisiones empresariales que busquen minimizar los impactos negativos y fomentar prácticas más sostenibles en el sector del e-commerce.

De esta manera, esta investigación se presenta como un recurso valioso que contribuirá al avance del conocimiento y a la promoción de prácticas empresariales que armonicen con los principios de sostenibilidad y responsabilidad ambiental y social, principalmente para reconocer que, en la actualidad, el progreso económico y social se ha desarrollado en el último siglo y ha estado ligado a una degradación ambiental que pone en peligro el desarrollo futuro y la supervivencia como sociedad.

Finalmente, esta investigación se presenta como una herramienta útil para lograr garantizar el bienestar de la población. Se destaca la necesidad de realizar un proceso que asegure el acceso sostenible al agua, a la energía y otros recursos esenciales. Aunque el bienestar de la población ha dependido históricamente del consumo de los recursos naturales presentes en el planeta, es fundamental reconocer que los modelos actuales de producción y consumo, están agotando estos recursos y dañando los ecosistemas.

Además, no solo posibilita la evaluación del impacto medioambiental de las estrategias de producción y consumo de estas compañías, lo que resulta crucial para identificar posibles mejoras, sino que fomenta un enfoque más ético y responsable en la fabricación y el consumo, lo que puede conllevar beneficios tangibles, tanto para el entorno natural, como para el bienestar social y económico.

También, ayuda a sensibilizar a los consumidores sobre la importancia de seleccionar productos y servicios que demuestren responsabilidad social y medioambiental, lo que puede afectar sus elecciones de compra y promover transformaciones beneficiosas en el mercado.

Según Pacto Mundial (s.f), desde los años 70, el progreso del Día de la Sobrecapacidad de la Tierra no ha experimentado un retroceso. Esto significa que, desde entonces hasta la actualidad, el lapso requerido para agotar los recursos que consume el ser humano y que supuestamente deberían alcanzar para todo el año, ha disminuido de manera continua. En el mismo contexto, para el año 2019, en tan solo siete meses del año, se consumieron todos los recursos naturales que eran capaces de regenerar los ecosistemas terrícolas en un año, lo que significa que se tuvo que consumir recursos del año siguiente para poder abastecer las necesidades de la población, lo cual genera un agotamiento mayor, con respecto al año siguiente.

Es importante entender que se han presentado casos extremos sobre el agotamiento de los recursos, por ejemplo, en España todos los recursos naturales fueron consumidos 2 meses antes en el 2019, es decir, 15 días antes que en 2018. A nivel mundial, el ser humano vive como si tuviera 1,75 planetas a su disposición y se calcula que la población mundial llegará a los 10.000 millones de habitantes para 2050, con esta cifra harían falta casi 3 planetas para contar con los recursos naturales necesarios para mantener los modos de vida actuales. Pacto Mundial (s.f)

Tomando como referencia lo mencionado anteriormente, socialmente surge la idea de desarrollar lo que se conoce como consumo responsable, consciente y crítico, de manera que las personas logren establecer cualquier forma de consumo empleando, eficientemente, los recursos de los que se dispone al año, es decir, todo esto tiene que ver con un modelo de consumo respetuoso con el medio ambiente, pero que a su vez, no solo logre generar un nivel adecuado de satisfacción con lo que respecta a las necesidades básicas de una población, sino que también reduzca los excesos y el daño ambiental. Es decir, las acciones de fabricación y consumo de estas empresas ejercen una influencia inmediata en la rutina diaria de la población, particularmente en términos de la excelencia de los artículos proporcionados, su fiabilidad y su efecto en la salud de los compradores. Con todo esto, no solo se beneficia el planeta, sino que también su población. Desde 1990, la huella material o bien la cantidad total de materia prima extraída para consumo final, ha aumentado un 113%. Pacto Mundial (s.f)

Esto significa que la demanda de materiales no se ha separado del crecimiento de la población ni del crecimiento del PIB en todo el mundo, es decir, la demanda de materiales y recursos naturales está fuertemente ligada al crecimiento de la población y al crecimiento económico mundial.

Por lo tanto, esto deja en evidencia que existen diversos desafíos significativos en términos de sostenibilidad y gestión de recursos, principalmente porque un crecimiento constante en la demanda de materiales es lo que genera impactos ambientales y sociales negativos, si no se gestiona de manera adecuada y sostenible.

Así las cosas, es importante que se dé un inicio para considerar algunas estrategias de desarrollo sostenible, con el fin de buscar y poner en práctica cualquier forma o proceso estandarizado que ayude a reducir la huella ecológica, es decir, no importa cuál es el avance del mundo, a medida que la población y la economía global continúan expandiéndose, la población debería de desarrollar cualquier forma de reducción de la huella ecológica.

El ODS 12 pretende cambiar el modelo actual de producción y consumo para conseguir una gestión eficiente de los recursos naturales, poniendo en marcha procesos para evitar la pérdida de alimentos, un uso ecológico de los productos químicos y disminuir la generación de desechos. En pocas palabras, es necesario invertir cuanto antes, en esta tendencia ambiental para establecer medidas urgentes que ayuden a frenar una posible sobreexplotación de los recursos y por ende, una mayor degradación del medioambiente actual.

Finalmente, la presente investigación brindará un aporte a la ciencia, con respecto al análisis de cómo las prácticas de producción y consumo de las empresas de comercio electrónico, afectan al entorno natural, de esta manera será posible obtener información importante sobre las complejas relaciones entre la actividad empresarial y los ecosistemas, lo que enriquece la comprensión actual de la ecología. Además, al estudiar la forma en la que corporaciones multinacionales, como Amazon, gestionan la producción y el consumo sostenible, es posible detectar esquemas económicos factibles que incorporen prácticas comerciales responsables, lo cual impulse el desarrollo de teorías y enfoques, en el ámbito de la economía sustentable.

Es por lo anterior que, las empresas del sector privado juegan un rol clave para lograr estas metas, debiendo incorporar en sus modelos de producción y consumo, criterios de economía circular, potenciando el consumo responsable entre sus grupos de interés y construyendo una cultura empresarial ligada al desarrollo sostenible. Esto les permitirá también alinearse con los requisitos que se establecen en las nuevas normativas que se están desarrollando, en los últimos años, en muchos países. Pacto Mundial (s.f)

Entonces, se logrará reconocer la importancia específica que tienen las empresas en la acción y contribución al desarrollo sostenible, por lo que el plan ideal sería llegar a alentar a las empresas, en especial las grandes y transnacionales empresas de e-commerce a que adopten prácticas sostenibles y que puedan incorporar información sobre la sostenibilidad, en sus informes anuales para continuar promoviendo el desarrollo sostenible en el mundo.

1.4 ANTECEDENTES.

En el contexto de la aplicación del Objetivo de Desarrollo Sostenible #12, centrado en la Producción y Consumo Responsable, se destaca la relevancia de explorar el impacto de empresas de comercio electrónico, específicamente enfocado en el gigante Amazon, en los Estados Unidos. La creciente importancia de este tema ha traído un interés significativo, dada la influencia marcada que Amazon ejerce en el ámbito del e-commerce.

Bajo este escenario, se busca comprender a fondo, los antecedentes relacionados con la implementación del ODS #12 en el contexto de e-commerce, por lo tanto, para este apartado es crucial desarrollar cómo las prácticas de producción y consumo han influido en la sostenibilidad, tanto a nivel ambiental como social, alrededor del mundo.

Como primer antecedente internacional se encuentra World Economic Forum (2020), que intenta brindar información en *“The Future of the Last-Mile Ecosystem”* sobre uno de los principales problemas que va ligado al e-commerce y la alta demanda de compras realizadas en línea. Todo este pensamiento nace con el crecimiento de las urbanizaciones, es decir, el cambio climático, una mayor contaminación del aire y acústica, una mayor contaminación por residuos utilizados viene de las urbanizaciones y con su expansión urbana descontrolada se empieza a entender como una afectación gradual negativa que va directamente en contra a la calidad de vida de la población que vive en las ciudades o cerca de ellas.

Estos acontecimientos no son sorprendentes al ojo humano, ya que se han ido poniendo en evidencia en los últimos años, sin embargo, es fácil afirmar que sí son considerados desafiantes porque no son lineales, al contrario, se pueden interpretar como acontecimiento que se da de forma entrelazada, es decir, de manera tan compleja que cada vez refuerzan su velocidad y magnitud con el paso de los días. Por lo tanto, estas personas, cada vez, están adoptando plenamente el consumo de compras, por medio de las ventas en línea.

Las ciudades están experimentando una urbanización acelerada a un ritmo sin precedentes en la historia. Se proyecta que la población mundial alcance los 8.500 millones para el año 2030, con un 60% de esta cifra (equivalente a 5,1 mil millones de personas) viviendo en entornos urbanos. El aumento de la clase media, junto con ingresos en ascenso y la disminución de los costos de los vehículos, está propiciando una mayor movilidad individual, lo que contribuirá a un incremento sustancial en el número de viajeros diarios. Este fenómeno, que se observa a nivel global, plantea desafíos significativos.

Además, las ciudades más grandes del mundo, como Nueva York, Chicago y Los Ángeles, han sido responsables del 70% de las emisiones globales atribuidas a vehículos de reparto, que incluyen tanto camiones como furgonetas. Estos vehículos aportan cantidades, desproporcionadamente altas, de emisiones en comparación con los automóviles de pasajeros y esta tendencia se refleja en todo el mundo. La combinación de urbanización rápida, aumento de la movilidad individual y las emisiones considerables de vehículos de reparto, plantea desafíos críticos para el desarrollo sostenible de las ciudades.

Se aborda este pensamiento en respuesta al crecimiento continuo de las áreas urbanas y con ello, la preocupación por el cambio climático, la creciente contaminación del aire y el ruido, así como la generación desmesurada de residuos, directamente atribuibles a la expansión sin control de las ciudades.

Estos impactos se han vuelto más evidentes en los últimos años y, aunque no son sorprendentes, su complejidad y la interacción entre ellos los convierten en desafíos que requieren una atención particular. La expansión urbana sin restricciones ha creado una red de problemáticas interconectadas que abarcan, desde la degradación ambiental, hasta la calidad de vida de los habitantes urbanos.

En síntesis, manejar el crecimiento urbano implica adoptar un enfoque completo y llevar a cabo acciones coordinadas para abordar los desafíos ambientales, sociales y económicos asociados con la expansión de las ciudades. Establecer ciudades más sostenibles y agradables requiere un enfoque multidisciplinario y el compromiso conjunto hacia un futuro urbano más equitativo y respetuoso con el entorno.

Así mismo, como segundo antecedente internacional, Mayra Gabriela Cordero Linzán (2019), explica en su documento *“El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo”* (p.16), que durante los últimos años, los mercados han logrado expandirse en todo el mundo, a través de una nueva modalidad del comercio que han empleado las empresas para ofertar sus productos y servicios en línea, conocido como “comercio electrónico”, el mismo que ha sido un elemento clave para llevar a cabo sus negocios, dentro y fuera del país.

Por lo que se puede considerar al comercio electrónico como una evolución de cambio, debido a las necesidades que tiene la sociedad y la inclusión de tecnología en comunicación e información, que se fusionan para revolucionar la manera en que las empresas realicen los negocios.

En virtud de lo anterior, se puede analizar que, en los últimos años, la capacidad del comercio electrónico para superar las fronteras geográficas, ha permitido a las empresas llegar, de manera más eficiente, a audiencias globales. Este fenómeno ha revolucionado la dinámica comercial al brindar a los consumidores acceso instantáneo a

una amplia variedad de productos y servicios, eliminando las restricciones físicas y temporales inherentes a los modelos comerciales tradicionales.

Bajo ese escenario, se entiende que, esta evolución ha sido propiciada por la creciente dependencia de la sociedad en la tecnología, que ha influido, tanto en la comunicación como en la forma en que se accede y comparte información. La convergencia de estos elementos ha marcado un cambio fundamental en la forma en que las empresas abordan y ejecutan sus operaciones comerciales.

Además, se entiende que, la sociedad actual, en constante aumento de conectividad, ha propiciado un ambiente favorable para el florecimiento y la consolidación del comercio electrónico como el preferido para llevar a cabo transacciones. La accesibilidad facilitada por dispositivos móviles, la variedad de plataformas disponibles y la aplicación de tecnologías, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, contribuyen a un contexto donde la comodidad y la personalización son aspectos esenciales.

En general, esta transición ha demostrado ser un componente esencial para la realización de negocios, tanto a nivel nacional como internacional, debido a que el comercio electrónico no solo ha simplificado y agilizado los procesos comerciales, sino que también ha transformado la percepción tradicional de los mercados, dando lugar a una nueva era de oportunidades y desafíos para las empresas, en la actual economía globalizada.

En conclusión, el comercio electrónico emerge como un elemento clave que impulsa la innovación en el ámbito empresarial, incitando a las organizaciones a reconsiderar y ajustar sus estrategias comerciales, con el fin de cumplir con las expectativas de una audiencia que se vuelve cada vez más digital y exigente. El comercio electrónico representa un avance significativo, motivado por las cambiantes demandas de la sociedad y la creciente fusión de la tecnología de la comunicación e información, que están transformando la manera en que las empresas llevan a cabo sus

actividades comerciales. Ahora bien, con respecto a esta situación, se puede entender que el e-commerce se convierte en un esencial para la vida de las personas por diversas razones, sin embargo, este mismo e-commerce crece cada vez, junto con la contaminación que genera.

Como tercer antecedente internacional, la investigación de Miguel Vega (2022), denominada *“El impacto del comercio electrónico con el medio ambiente”* nos introduce en la idea de que las compras en línea, son cada vez más populares en el mundo. En 2020, había 256 millones de compradores digitales solo en Estados Unidos; se supone que este número aumentará en casi 22 millones, para 2024. Las motivaciones que llevan a las personas a realizar compras en línea son diversas y responden a una amplia gama de necesidades y preferencias. Esta situación ha experimentado un crecimiento significativo en la última década y varias razones explican por qué los consumidores optan cada vez más por realizar sus compras, a través de plataformas en línea.

Algunos compran en línea por conveniencia, mientras que otros compran en línea para obtener más información de los productos/marcas/empresas que no dañan el medio ambiente. Sin embargo, a pesar de ello, la opción de efectuar compras desde la comodidad del hogar o cualquier lugar con conexión a Internet, prescinde de la obligación de desplazarse físicamente a establecimientos comerciales y genera interés ante los consumidores, quienes se han ido involucrando en la tecnología actual. Esta última característica adquiere una importancia aún mayor, en un contexto donde la rapidez y la eficiencia son factores determinantes en las elecciones cotidianas.

Según el estudio de Nielsen, “Desempaquetando el panorama de la sustentabilidad”, 73% de los consumidores están dispuestos a cambiar sus hábitos de compra, con el fin de reducir el impacto en el medio ambiente. Existe la percepción de que el comercio electrónico es una práctica sostenible y la información que se incluye a continuación, dar información sobre el papel e impacto del comercio electrónico y el medio ambiente.

El objetivo de ese estudio demostró que comprar en línea se ha vuelto habitual debido a diversos motivos. Algunos optan por esta modalidad por su comodidad, mientras que otros lo hacen para acceder a detalles específicos sobre productos, marcas o empresas que adoptan prácticas ambientalmente responsables. Además, se ha podido confirmar que existe una tendencia positiva, es decir, se refleja la creciente percepción de que el comercio electrónico puede ser una alternativa sostenible.

Aunque no se puede negar el potencial de internet para ahorrar material y energía, es demasiado rápido para concluir que el comercio electrónico solo tiene impactos positivos con el medio ambiente, porque a pesar de que estos existen, son más los impactos negativos que brinda. Cada impacto positivo potencial se combina con un impacto negativo, potencialmente abrumador también. Con base en lo anterior, es importante señalar que cada industria y su respectiva cadena de suministro podrían plantear sus propios desafíos, los principales son las emisiones de transporte, embalajes y devoluciones de productos:

Emisiones de transporte: Aunque los modelos de comercio electrónico reducen la cantidad de emisiones de transporte emitidas por sus clientes, sus camiones de reparto y otros vehículos (por ejemplo, aviones), aún pueden emitir grandes cantidades de contaminantes nocivos. Además, la ubicación del cliente en el centro de distribución también puede tener un gran impacto.

Embalaje: Todos los artículos enviados requieren cierto grado de embalaje, pero el auge de los envíos en línea está creando una enorme huella de carbón por los materiales utilizados para el envío. Además, de las técnicas de relleno utilizando bolitas de espuma de poliestireno o papel adicional, con el fin de proteger los productos. Aunque la mayoría de los materiales de empaque se pueden reciclar, un estudio de la EPA, de 2018, sobre contenedores y empaques, muestra que, de las 82.000 toneladas de contenedores y empaques generados en los Estados Unidos, solo alrededor de la mitad se recicló y 30.000 toneladas terminaron en vertederos.

Devoluciones de artículos: No todos los clientes están satisfechos con un artículo que se les envía. Las devoluciones de artículos contribuyen, negativamente, al medio ambiente a través de las emisiones del transporte y los problemas de embalaje. Si es necesario devolver un artículo, se necesita el doble de la cantidad de transporte utilizada para llevar el artículo al consumidor. Si el artículo se cambia por otro artículo, está triplicando la cantidad de viajes necesarios para un artículo, si se rasgó la caja para abrirla, es posible que no se pueda reutilizar el empaque. Si se está cambiando un artículo, existe la posibilidad de que el embalaje no se reutilice. Como mínimo, se utilizan tres etiquetas de envío de papel diferentes.

Con lo anterior se concluye que, si bien el uso de internet y el comercio electrónico presentan un potencial para reducir el consumo de recursos materiales y energéticos, la noción de que solo generan impactos positivos en el medio ambiente es apresurada. A pesar de los beneficios irrefutables, los efectos negativos que acompañan al e-commerce son numerosos y de gran amplitud. Cada ventaja potencial está contrarrestada por desafíos ambientales sustanciales, por ello es fundamental reconocer estos desafíos y trabajar en la implementación de estrategias sostenibles que mitiguen los impactos negativos y fomenten un equilibrio más armonioso entre el comercio en línea y la protección ambiental.

Además, se logra analizar que la carrera loca hacia el crecimiento, la ganancia, la competitividad y la lógica productivista y mercantil de la civilización está conduciendo a un desastre ecológico, de proporciones incalculables, como el cambio climático. En la actualidad, nadie puede negar que se está en medio de una crisis ambiental, es un hecho reconocido oficialmente por la comunidad científica internacional y por la mayoría de los gobiernos del mundo, además de que sus efectos son padecidos por innumerables seres humanos y otras especies. (Olvera, 2018, p.3)

Así queda en evidencia como, hasta la fecha, cuanto más ricas son las naciones, mayor es su consumo de energía primaria desde el carbón, el petróleo y el gas natural, sin embargo, es importante reconocer que estos se tratan de recursos finitos e insostenibles, asimismo, podemos comprender que el crecimiento bajo esta lógica de consumo excesivo, significa contaminación que se identifica como problemas ambientales. Casi el 85 % o 90 % de las acciones de consumo están motivada por el componente no racional y no consciente. Al otro 10 % se llega mediante información.

La reflexión sobre la tendencia frenética hacia el crecimiento económico, la maximización de ganancias y la competitividad, junto con la lógica de producción y consumo predominante en la sociedad actual, revela una dirección preocupante hacia una catástrofe ecológica de magnitudes impredecibles, como lo evidencia el cambio climático.

Adicionalmente, la CEPAL (2012), durante la “Conferencia de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (Río+20)”, dio a conocer el carácter fundamental de adoptar medidas urgentes en relación con las modalidades de producción y consumo insostenibles para la protección del medio ambiente, la diversidad biológica y los ecosistemas, así como para permitir la renovación de los recursos naturales y promover el crecimiento mundial “sostenido, inclusivo y equitativo”. Además, se reafirmó la posición a favor de la eliminación gradual del consumo y producción de hidrofluorocarbonos.

Con ello, se aborda que las acciones que los Estados deberían promover para modificar el modelo de desarrollo, basado en la explotación de recursos naturales como si estos fueran ilimitados y en la desigual distribución de los beneficios, así como en la necesidad de generar un modelo solidario con las generaciones venideras que no comprometa su futuro. Los dirigentes mundiales, junto con miles de participantes del sector privado, ONG y otros grupos, se reúnen para definir las vías hacia un futuro.

Considerando lo anterior, se puede analizar la cuestión de embalajes en el primer antecedente nacional donde Martha Griffiths Brown (2022), en su documento *“Estrategias de e-commerce por medio de un análisis FODA para la empresa Roche Servicios S.A. en la Aurora de Heredia, durante el periodo 2021-2022”* (p.1-13), que Correos de Costa Rica entregó alrededor de doscientos diez mil paquetes provenientes de China y ciento ochenta mil paquetes de Estados Unidos de América, lo cual representó un incremento considerable en la compra de bienes en línea”.

Esto indica que Costa Rica mantiene un constante crecimiento y que ha venido aumentando la cantidad de consumidores que efectúan compras en línea a través de sitios web internacionales, en especial por el acceso a través de aplicaciones celulares, esto demuestra que los costarricenses han visto como un buen negocio traer paquetes desde China y Estados Unidos.

Sin embargo, todo esto afecta negativamente al ambiente debido a que el exceso de embalajes en las entregas de compras en Costa Rica ha generado una creciente inquietud, en cuanto a la sostenibilidad ambiental y la gestión de residuos. Esta preocupación se refleja en la presencia de envoltorios superfluos, que frecuentemente son excesivos en tamaño o material, causando un impacto adverso en el entorno y contribuyendo a la acumulación de desperdicios.

Se aborda esta temática en el país sabiendo el significativo aumento en la distribución de paquetes provenientes de China y Estados Unidos por parte de Correos de Costa Rica, es decir, esto indica un constante incremento en la solicitud de productos adquiridos mediante compras en línea. Esta tendencia refleja y demuestra ser lucrativa para muchos, en términos de adquisiciones internacionales, sin embargo, es importante reconocer el impacto negativo que estas actividades pueden tener en el medio ambiente.

Asimismo, se menciona “al e-commerce como un sector que se encuentra en gran crecimiento en Europa” Aunque ya venía creciendo en los últimos años, por lo tanto, no se debe únicamente a la pandemia del COVID-19, se ha venido impulsando y se ha convertido en el método de compra preferido por los consumidores y no solamente entre las generaciones jóvenes.

Adicionalmente, la misma autora comenta que en Europa, especialmente en España, se han dedicado a la investigación constante sobre el e-commerce e identificaron que uno de los factores principales que se debe tomar en cuenta es la flexibilización de las entregas en la paquetería y transporte. Basado en dicha investigación, esto demuestra que Internet y el e-commerce, llegaron al mundo para evolucionar la forma de compras y han creado un nuevo concepto de negocios, a través de portales o tiendas virtuales.

Por lo tanto, abordar el exceso de empaques en las compras entregadas en Costa Rica, requiere un enfoque integral que involucre a consumidores, empresas y autoridades, con el objetivo de encontrar soluciones sostenibles que reduzcan el impacto ambiental y fomenten prácticas responsables en el comercio y la entrega de productos.

Todo esto no solo forma parte de las naciones más ricas, la Universidad de Costa Rica (2019), en su estudio *“Costa Rica salda una deuda pendiente: indicadores ambientales ya son de acceso público”* la forma de consumir y producir del costarricense contribuye a los problemas ambientales actuales como el cambio climático, contaminación, producción de residuos ordinarios y peligrosos, agotamiento y deterioro de los recursos naturales y pérdida de la biodiversidad.

Bajo esta situación se puede analizar como segundo antecedente nacional, Carlos Manuel Rodríguez (2019), durante la presentación del Sistema Nacional de Información Ambiental (Sinia), comenta que abordar el patrón de consumo y producción es el problema ambiental más serio, más grave, más urgente que tiene el país. El jerarca enfatizó que Costa Rica enfrenta un déficit ambiental producto del modelo que ha

seguido, el cual se debe atacar desde todas las instituciones y sectores vinculados a ese patrón de consumo del país.

Casi el 85 % o 90 % de nuestras acciones de consumo está motivada por el componente no racional y no consciente. El otro 10 % es al que llegamos mediante información que inste a un cambio en las acciones con el fin de ayudar al ambiente. Lo anterior concluye que, para lograr un consumo consciente y responsable se requiere más que información, implica entender qué es lo que media en nuestras acciones de consumo, tener la voluntad de hacer cambios y regularidad para lograr un cambio de actitud.

Entonces, la cuestión del consumo en empresas de e-commerce va más allá de un clic, es decir, el lograr ser conscientes de las implicaciones que hay detrás de cada decisión de consumo, no es una tarea fácil para las personas hoy en día y menos para los adolescentes que realizan compras, guiados en el nuevo teléfono celular, el jeans de temporada, los zapatos de moda, la comida, los productos de limpieza y hasta los medicamentos están insertos en la dinámica de producción y consumo lineal que forma parte de la vida cotidiana de las personas, por lo cual es más difícil generar un cambio.

Con base en lo anterior, se logra comprender que, para abordar este déficit ambiental, se requeriría una evaluación exhaustiva de las prácticas de comercio electrónico en Costa Rica. Esto podría incluir la implementación de estrategias de embalaje sostenible, la promoción de la eficiencia en la logística de entrega y la concientización sobre la huella ambiental de las compras en línea. Además, la alerta sobre el déficit ambiental destaca la necesidad de examinar de manera crítica las prácticas de consumo, incluyendo el e-commerce y abogar por cambios que fomenten una mayor sostenibilidad en todas las etapas de la cadena de suministro y entrega de productos en línea, en el país.

Finalmente, es importante ampliar en la sensibilización, la educación y la promoción de prácticas sostenibles, ya que son elementos claves para avanzar hacia un modelo más equilibrado y respetuoso con el medio ambiente, en el ámbito del comercio electrónico, en un país lleno de naturaleza como lo es Costa Rica.

La consideración del impacto ambiental tanto por parte de las compañías farmacéuticas como de los consumidores juega un papel crucial. La ausencia de un compromiso con prácticas sostenibles puede conducir a elecciones que resultan en embalajes más extensos y menos respetuosos con el entorno.

Por último y como tercer antecedente nacional, María Fernanda Sánchez Romero, Diana Víquez Herrera, Jeimy Blanco Barrantes, María Soledad Quesada Morúa y Angie León-Salas (2021), en su documento *“Medicamentos falsificados y subestándar: un problema para la salud pública de Costa Rica y del mundo”*, explican que, en los últimos años, se ha observado un aumento dentro de las tasas de medicamentos falsificados. En general, esto demuestra que, en Costa Rica, se ha incrementado la circulación de medicamentos falsos, por tal motivo, ha intensificado las medidas de alertas por parte del Ministerio Salud hacia la población, como medida preventiva. Es por ello que dichos autores indican que:

La Organización Mundial de la Salud (OMS), estima que los medicamentos falsificados representan más del 10% del mercado farmacéutico mundial, aunque esta práctica se da en todas las regiones. En los países en vías de desarrollo se estima que el 25% de los medicamentos que se consumen son falsificados. (p.2) Es decir, esto implica el uso de cajas, plásticos y otros materiales para crear, tanto el empaque como el producto, lo que al final se resume en desechos. Por lo tanto, lo que se reconoce como un producto manufacturado indebidamente, de manera intencionada, deliberada y fraudulenta en lo que respeta a su origen, también es reconocido como una fuente de producción insostenible.

Además, es importante considerar que, para crear envases atractivos y similares a los originales, se utilizan materiales como cartón, plástico, papel y otros elementos que imitan los envases auténticos de los medicamentos legítimos. Lo anterior, aborda un tema relacionado con esta práctica fraudulenta que conlleva el uso excesivo de materiales como plásticos y otros recursos para la fabricación, tanto del empaque como del producto, lo que inevitablemente resulta en la generación de residuos. El empleo de estos recursos resulta en la producción de residuos, tanto en las etapas de fabricación como en el producto final.

Estos residuos abarcan desde envases desechados y restos químicos derivados del proceso de producción, hasta medicamentos falsificados que no se comercializan y son eliminados. La gestión inapropiada de estos residuos puede ocasionar consecuencias ambientales adversas, como la contaminación del suelo y del agua.

Es decir, la producción insostenible de medicamentos falsificados no solo amenaza la integridad de los tratamientos médicos y la salud pública, sino que también agrava los problemas medioambientales, al generar residuos no planificados y contribuir a la contaminación ambiental. Por lo que es necesario llegar a abordar este desafío y para ello, se requiere no solo medidas en términos de seguridad y regulación farmacéutica, sino también un enfoque integral que considere los aspectos ambientales y promueva prácticas de producción más sostenibles, en la industria farmacéutica.

También, según Johan Umaña Venegas (2023), en su estudio *“Compromiso ambiental de costarricenses se contradice con sus hábitos de compras”*, pese a que las y los costarricenses muestran una alta calificación en el indicador global de Compromiso ambiental, medido por sus manifestaciones respecto a prácticas que contribuyen a un estilo de vida más sostenible, también obtienen una baja calificación en el hábito de compras responsables con el medio ambiente y se muestra un crecimiento en el apartado de Materialismo.

La situación de residuos sólidos en el país es compleja, con múltiples actores, tanto del sector público como privado y para atenderla se ha ido incrementado el acceso a los sitios de recolección de material valorizable, como también la difusión de la necesidad de hacerlo. Se concluye así que, estos dos factores han incidido en motivar a la población en implementar la separación de residuos, en particular en las áreas urbanas. Con lo anteriormente mencionado, se podrían encontrar diferencias significativas con respecto a las actitudes y acciones de las personas del país, es decir, instar, por medio de otras personas, nuevas prácticas que ayuden al medio ambiente, es posible para un país tan pequeño como Costa Rica.

1.5 PROYECCIONES

Respecto a las proyecciones de la presente investigación, se consideran las metas proyectadas que reflejan los temas prioritarios a abordar durante la investigación, todos estrechamente relacionados con los objetivos que han sido especificados con anterioridad para alcanzar resultados óptimos. Estos alcances serán resumidos en tres puntos clave que son esenciales para el avance y desarrollo exitoso de la investigación.

- Principalmente, se busca analizar la aplicación del objetivo de desarrollo sostenible# 12: Producción y consumo responsable con respecto a Amazon como empresa de e-commerce, esto con el fin de poder entender cuáles son las acciones ideales que se deberían de tomar para la contribución positiva hacia el desarrollo sostenible.

Con base en lo anteriormente mencionado, se espera concientizar a la población, incitar a un cambio y determinar el proceso de avance que han logrado empresas como Amazon, con el fin de ayudar tener una producción y consumo responsable. Así las cosas, se ha llegado a comprender que la huella ecológica es como tal, un indicador del impacto ambiental que se ha analizado, con respecto a la demanda humana sobre los recursos existentes de la biosfera, es decir, todo lo que está meramente relacionado con la capacidad regenerativa de la Tierra o biocapacidad.

Ahora bien, la Tierra en cuestión, da un estimado de cuánto espacio se va a necesitar para poder producir los recursos y bienes que se consumen, esto va asociado también a la superficie necesaria para absorber o degradar los desechos que se generan.

- Con la presente investigación se busca reconocer y entender las características de los factores que se tienen en cuenta para calcular el aumento del consumo de bienes que generan desechos en países como Los Estados Unidos de América, es decir, reconocer estos factores permitirá entender la tendencia social y ambiental que forma parte de este país, con respecto a las compras de e-commerce que aumentan cada día, de forma descontrolada.

La utilización de recursos naturales, por encima de la capacidad de renovación, es un proceso conocido como translimitación ecológica, mismo que ha seguido creciendo con los años. No obstante, exceder la capacidad de regeneración de la Tierra, sólo será posible por un breve periodo y las consecuencias de los excesos ya saltan a la vista. (Global Footprint Network, 2016) Ahora bien, no se debe crear un enfoque solo en la utilización de recursos por encima de la capacidad de renovación, sino que también se debe tomar en consideración como por medio de distintas acciones para fortalecer las tendencias medioambientales de países como Los Estados Unidos, que muchas veces sobreproducen residuos.

En cuestión de organizaciones de e-commerce, será necesario que las mismas lleguen a analizar y se entienda la importancia de integrar en su estrategia de negocio y producción de la sostenibilidad, para hacer frente a los retos que se presentarán durante cada año.

Generalmente, las empresas de e-commerce pueden contribuir de diferentes maneras al ODS 12: Producción y consumo responsable. Es decir, realmente hay determinadas empresas, cuyo foco de oficio está directamente ligado a este objetivo por diversas razones, por ejemplo, muchos de los

inversionistas actuales buscan empresas que ayuden con la mitigación de la huella de carbono en el mundo en empresas, como las del sector agroalimentario o las del sector industrial que generan residuos que dañan el ambiente. Sin embargo, es importante recalcar que todas las empresas, libremente de su sector de producción, pueden tomar medidas para contribuir a este ODS.

Finalmente, no solo se busca entender la problemática y consecuencias de lo que puede provocar la gestión ineficiente de los recursos, también se intenta entender el avance de diversas tendencias medio ambientales que han sobresalido a lo largo de los últimos años y que han logrado la creación de nuevas tendencias sociales que han ayudado, de cierta forma, a evidenciar la problemática del mundo actual. Por ejemplo, según Pacto Mundial (s.f), las empresas, en general, pueden tomar medidas para contribuir al ODS 12: Producción y consumo responsable, optimizando los empaques de los productos que ofrecen las empresas, tanto para su venta como para su uso interno y empezar a desarrollar empaques o envases utilizando materiales biodegradables, con el fin de disminuir los desechos y la contaminación que generan este tipo de empresas, por la naturaleza de negocio de la que forman parte.

Por otra parte, en el ámbito externo hay muchas formas, en las cuales, las empresas pueden contribuir, por ejemplo, integrando criterios de economía circular en la organización, es decir, utilizando un modelo de producción y consumo que se basa en lograr compartir, transmitir, reutilizar, reparar, renovar y reciclar los materiales y productos que existen en la organización, pero siempre intentando hacerlo durante el mayor tiempo posible, es decir, esto solo será posible mediante políticas de prevención, reducción, reutilización, reciclaje y valoración de residuos que les permitirá a las empresas continuar adaptando prácticas sostenibles a lo largo de su tiempo de producción y, evidentemente, esto logra reflejarse en los informes de sostenibilidad de la empresa, lo cual ayuda a fomentar prácticas sostenibles alrededor del mundo. Pacto Mundial (s.f)

Así las cosas, con respecto a los límites establecidos, se persigue una clara delimitación de los temas prioritarios a ser abordados. Es decir, se busca circunscribir los mismos para lograr resultados más favorables a lo largo del proceso, no solo limitando el tema, sino que logrando un enfoque mucho más efectivo que logre contribuir con los argumentos que se busca desarrollar y analizar.

CAPÍTULO II. MARCO TEORICO.

El auge del comercio electrónico ha registrado un incremento significativo en las últimas décadas, generando una transformación sustancial en los métodos de compra, por parte de los consumidores y en las estrategias de venta adoptadas por las empresas. Este fenómeno ha motivado interrogantes, respecto a las prácticas vinculadas a la producción y el consumo, con un enfoque particular en las repercusiones medioambientales y las responsabilidades sociales inherentes a estas compañías.

Asimismo, la aplicación del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 12, que se centra en la Producción y Consumo Responsable, representa un elemento crucial en el actual escenario global, donde las empresas multinacionales de comercio electrónico desempeñan un papel significativo. Bajo ese contexto, en este marco teórico, se explorarán las teorías y conceptos fundamentales relacionados con la producción y el consumo sostenible, así como las estrategias adoptadas por las empresas multinacionales de e-commerce, con un enfoque específico, en el caso de Amazon, en los Estados Unidos.

De forma más específica, se abordarán diversos aspectos relacionados con el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible #12, según las propuestas de la Organización de las Naciones Unidas. Además, se examinarán las características y necesidades de la producción y el consumo responsables en los Estados Unidos, considerando las tendencias sociales emergentes en las compras de e-commerce. La investigación también se enfocará en la problemática y las consecuencias de una gestión ineficiente de los recursos en el periodo de 2018-2023, específicamente con las compras en línea. Por último, se abordará el fortalecimiento y avance de las tendencias medioambientales vinculadas al ODS 12 en los Estados Unidos, poniendo especial énfasis en la empresa de e-commerce Amazon.

2.1. Objetivo del Desarrollo Sostenible # 12: Producción y consumo responsable.

Desde 1992, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Ambiente y Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro, se había propuesto una agenda, conocida como la Agenda 21, destinada a abordar problemas urgentes y preparar al mundo para el siglo XXI. Es decir, se reconoció que la humanidad estaba en un momento decisivo de su historia.

Desafíos globales como el aumento de las desigualdades entre y dentro de las naciones, el agravamiento de la pobreza, el hambre, las enfermedades y la continua degradación de los ecosistemas esenciales para el bienestar humano, exigían la atención de todas las naciones (División de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, 1992).

En 2012, el Proyecto SD21 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Rio+20), estableció la visión coherente con del Desarrollo Sostenible para el nuevo siglo e instauró un camino a seguir para la comunidad internacional, los gobiernos nacionales, las asociaciones y otras partes interesadas.

Bajo ese contexto, Martínez (s.f) explica que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 objetivos que surgen en la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada del 25 al 27 de septiembre de 2015, en Nueva York. Como resultado de esta cumbre, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprueba los objetivos en un documento de cuarenta páginas, titulado “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development en inglés), más conocida como “Agenda 2030”.

De forma más sencilla, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (s.f), menciona que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Globales, nacen como un llamamiento universal para poner fin a la

pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030, todas las personas disfruten de paz y prosperidad.

2.1.1 Los Objetivos del Desarrollo Sostenible (Agenda 2030).

La Organización de las Naciones Unidas define el término desarrollo sostenible, como un paradigma que busca equilibrar las necesidades actuales, con la preservación de recursos para las generaciones venideras. Este enfoque implica un compromiso continuo con la creación de un futuro resiliente, inclusivo y sostenible, tanto para las comunidades humanas como para el medio ambiente que las sustenta. La interconexión entre el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental constituye la columna vertebral de este concepto.

En ese sentido, se entiende que fomentar la sostenibilidad, respaldar un futuro respetuoso con el medio ambiente y abogar por un modelo de desarrollo que preserve nuestro planeta, ya no es solo una tendencia compartida por instituciones, gobiernos, empresas y ciudadanos, sino que se ha convertido en una necesidad imperativa. No obstante, la defensa de un modelo de crecimiento sostenible no era algo común, hasta hace unas décadas.

Aunque escuchar voces que abogaban por la protección del medio ambiente no resultaba inusual, lo que sí era poco frecuente era la reflexión crítica y la advertencia sobre las consecuencias futuras de un presente en el que se aplicaban límites, de manera limitada. Considerando estos hechos, podemos definir los ODS como un ambicioso programa global respaldado por las Naciones Unidas, cuyo objetivo es hacer frente a una variedad de desafíos a nivel mundial. Aprobados en septiembre de 2015, los ODS comprenden 17 objetivos y 169 metas, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida en el planeta y asegurar un futuro sostenible para toda la humanidad.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), están interconectados, reconociendo que las acciones emprendidas en un ámbito, pueden tener repercusiones en otros y que el desarrollo debe lograr un equilibrio entre la sostenibilidad social, económica y ambiental. En este compromiso global, los países han acordado dar prioridad al avance de aquellos que están rezagados en su progreso.

El ODS 1, llamado **Fin de la pobreza**, busca poner fin a la pobreza extrema en todas sus formas y dimensiones, incluida la erradicación del hambre. El ODS 2, **Hambre cero**, intenta lograr la seguridad alimentaria, mejorar la nutrición y promover la agricultura sostenible. El ODS 3, **Salud y bienestar**, quiere garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todas las edades. El ODS 4, **Educación de calidad**, se encargaría de garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje, a lo largo de la vida. El ODS 5, **Igualdad de género**, busca la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas.

Por otro lado, el ODS 6, **Agua limpia y saneamiento**, quiere garantizar la disponibilidad y gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos. El ODS 7, **Energía asequible y no contaminante**, busca garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos. El ODS 8, **Trabajo decente y crecimiento económico**, promueve el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos. El ODS 9, **Industria, innovación e infraestructura**, busca construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación. El ODS 10, **Reducción de las desigualdades**, se encargaría de reducir la desigualdad dentro y entre los países. El ODS 11, **Ciudades y comunidades sostenibles**, intenta hacer que las ciudades y los asentamientos humanos, sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Así mismo, el ODS 13, **Acción por el clima**, busca adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. El ODS 14, **Vida submarina**, busca conservar y utilizar, de manera sostenible, los océanos, mares y recursos marinos para el desarrollo sostenible. El ODS 15, **Vida de ecosistemas terrestres**, intenta proteger, restaurar y promover un uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de la tierra y frenar la pérdida de biodiversidad.

El objetivo 16, **Paz, justicia e instituciones sólidas**, promueve sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, proporcionar acceso a la justicia para todos y construir instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles. Mientras que el ODS 17, **Alianzas para lograr los objetivos**, fortalece los medios de implementación y revitaliza la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

En las descripciones anteriores el ODS 12 no ha sido abordado previamente y su mención se reserva hasta el final, para afirmar con claridad, que la investigación se centrará en el ODS 12: **Producción y consumo responsables**. Este objetivo tiene como fin, asegurar prácticas de consumo y producción que sean sostenibles, a lo largo del tiempo.

2.1.2. Acciones propuestas para el cumplimiento del ODS # 12.

Naciones Unidas (2023), informa que entre los años 2000 y 2019, el consumo nacional de materiales a nivel mundial —la cantidad de materias primas utilizadas directamente para los procesos de producción en un país— aumentó en un 66%, triplicándose desde la década de 1970, hasta alcanzar los 95.100 millones de toneladas métricas. En 2019, la huella material correspondiente —la cantidad de materiales extraídos para satisfacer la demanda de consumo final en un país— fue de 95.900 millones de toneladas métricas.

Aunque los volúmenes totales son similares en todo el mundo, las comparaciones revelan desigualdades regionales en los efectos al medio ambiente. En África septentrional, en Asia occidental, en Europa y América del Norte, la huella material, en 2019, superó el consumo nacional de materiales en un 18 % y un 14 %, respectivamente, mientras que en América Latina y el Caribe y África subsahariana, la huella material fue inferior al consumo nacional de materiales en un 17 % y un 32 %, respectivamente (p.36)

Lo anteriormente mencionado, no solo indica que estas disparidades resaltan las desigualdades en las responsabilidades y los patrones de consumo entre las naciones con enfoque en la importación y aquellas orientadas a la exportación, así como, en términos generales, entre los países de altos y bajos ingresos, sino que también dejan en evidencia que la huella material per cápita, en las naciones de altos ingresos, es 10 veces mayor que la de los países de bajos ingresos. Por lo tanto, resulta crucial implementar políticas sostenibles y aumentar la conciencia para asegurar una gestión eficaz y sostenible de los recursos naturales, los cuales son limitados y explotados de manera desigual, con miras al año 2030.

Bajo ese contexto, el Objetivo 12: **Producción y consumo responsables**, pretende garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, algo fundamental para sostener los medios de subsistencia de las generaciones actuales y futuras. El Objetivo 12, dentro del marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se posiciona como una piedra angular para asegurar modalidades de consumo y producción sostenibles. Esta meta es esencial para mantener, no solo la estabilidad de los recursos actuales, sino también para salvaguardar los medios de subsistencia de las generaciones presentes y venideras. La búsqueda de la sostenibilidad en el consumo y la producción, implica adoptar prácticas que no agoten los recursos de manera desmedida, ni generen impactos negativos en el entorno ambiental.

Este objetivo reconoce la conexión intrínseca entre los patrones de consumo y producción y su influencia directa en aspectos cruciales como la conservación de la biodiversidad, la reducción de la huella ecológica y la mitigación del cambio climático. Al asegurar modalidades sostenibles, se fomenta una gestión responsable de los recursos naturales, se reduce la generación de residuos y se impulsa la adopción de tecnologías y procesos más eficientes y respetuosos con el entorno. En última instancia, el ODS 12 busca establecer los cimientos para un desarrollo que no comprometa el equilibrio entre las necesidades actuales y las capacidades futuras del planeta.

Naciones Unidas (2023), indica que la promoción del consumo y la producción sostenibles, implica incentivar la utilización eficiente de recursos y energía, la edificación de infraestructuras sostenibles, la ampliación del acceso a servicios básicos y la generación de empleos ecológicos y dignos. Estas acciones se traducen en una mejora significativa en la calidad de vida para todos, contribuyen al cumplimiento de planes integrales de desarrollo, disminuyen los costos futuros en términos económicos, ambientales y sociales, fortalecen la competitividad económica y atenúan la incidencia de la pobreza.

Asimismo, el propósito subyacente de fomentar el consumo y la producción sostenibles es realizar actividades económicas que generen mayores beneficios netos de bienestar, utilizando menos recursos, reduciendo la degradación y contaminación, a lo largo de todo el ciclo de vida y mejorando, simultáneamente, la calidad de vida. Sin embargo, este proceso implica la participación de diversos actores, como empresas, consumidores, responsables de políticas, investigadores, científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.

Es decir, para lograr lo anterior, es esencial adoptar un enfoque sistémico y fomentar la colaboración entre los participantes de la cadena de suministro, desde los productores hasta los consumidores finales. Esto implica involucrar a los consumidores, mediante la sensibilización y educación acerca de prácticas de consumo y estilos de vida

sostenibles, proporcionándoles información adecuada, a través de normativas y etiquetas y promoviendo la contratación pública sostenible, entre otras iniciativas.

Por otra parte, el ODS 12 ha generado un marco global de acciones para abordar los desafíos relacionados con la sostenibilidad en el ámbito productivo y de consumo. Es decir, este objetivo plantea metas específicas y estrategias a nivel mundial, destinadas a promover prácticas, que no solo resguarden los recursos actuales, sino que también aseguren el bienestar de las generaciones futuras.

En este contexto, resulta fundamental explorar y comprender las acciones propuestas, a nivel global, para el cumplimiento del ODS 12, analizando cómo se están implementando y qué impacto están teniendo en diversas áreas de la producción y el consumo. Naciones Unidas (s.f) indica que esas acciones abordan la implementación global de prácticas de consumo y producción sostenibles y se ven detalladas a continuación.

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:

La implementación del Marco Decenal sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, implica un esfuerzo colectivo, a nivel global, para promover prácticas que conduzcan a un uso responsable de los recursos y una producción más sostenible. Es decir, en general, este marco establece una guía estratégica que busca la participación activa de todos los países, haciendo hincapié en el liderazgo de las naciones desarrolladas.

Realmente es esencial que estas naciones líderes dirijan el camino, siempre tomando en consideración el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo. Además, la cooperación internacional, la transferencia de conocimientos y la adaptación a los contextos específicos son elementos fundamentales para asegurar el éxito y la efectividad de este enfoque a lo largo del tiempo.

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

Esta acción se orienta hacia la gestión cuidadosa y responsable de los recursos naturales, destacando la importancia de evaluar la huella material y promover un uso eficiente de dichos recursos. Esto debido a que la huella material per cápita, se llega a convertir en una herramienta valiosa porque ofrece una perspectiva comparativa del consumo relativo entre distintos países.

Este enfoque no solo busca cuantificar la utilización de recursos, sino también fomentar prácticas que minimicen los impactos negativos en el entorno ambiental y promuevan un equilibrio más sostenible entre las necesidades humanas y la capacidad de la naturaleza para regenerarse.

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:

La reducción del desperdicio de alimentos no solo es crucial para abordar desafíos relacionados con la seguridad alimentaria, sino también para promover prácticas más sostenibles. La medición del índice de pérdida mundial de alimentos, se presenta como una herramienta fundamental para evaluar los progresos en esta área. Esto significa que este indicador permite cuantificar, de manera efectiva, la eficacia de las estrategias implementadas para minimizar las pérdidas de alimentos, a lo largo de las cadenas de producción y suministro.

Adicionalmente, es importante comprender que la gestión eficiente de los alimentos, desde su producción hasta su consumo final, contribuye no solo a la seguridad alimentaria, sino también a la reducción de la presión sobre los recursos naturales y al impulso de prácticas más sostenibles en el sistema alimentario global.

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:

El objetivo de esta acción es abogar por la gestión responsable de productos químicos y desechos, lo que implica cumplir con acuerdos internacionales y reducir, significativamente, la liberación de sustancias nocivas al medio ambiente. La adopción de prácticas ecológicamente racionales, en la gestión de productos químicos y desechos a lo largo de su ciclo de vida, es esencial para minimizar los impactos adversos en la salud humana y el entorno natural.

Es decir, el seguimiento de la cantidad de partes que cumplen con los compromisos de acuerdos ambientales internacionales y la evaluación de la liberación de desechos tóxicos, son indicadores cruciales para evaluar el progreso hacia una gestión más sostenible de productos químicos y desechos a nivel mundial.

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

La reducción significativa de la generación de desechos, es un objetivo crucial en la búsqueda de un modelo de producción y consumo más sostenible. La medición de la tasa nacional de reciclado, se presenta como un indicador clave para evaluar la efectividad de las iniciativas de reciclaje implementadas.

Esta métrica no solo refleja la capacidad de un país para gestionar sus desechos de manera responsable, sino que también proporciona información valiosa sobre la adopción generalizada de prácticas más sostenibles, en el manejo de materiales. En ese contexto, se entiende que la eficacia en el reciclaje se traduce en la reducción de la presión sobre los recursos naturales y en la minimización del impacto ambiental asociado a la generación de residuos.

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:

La participación activa de las empresas es un factor crucial en la transición hacia un modelo de consumo y producción más sostenible. El indicador que mide el número de empresas que publican informes sobre sostenibilidad, se erige como una herramienta esencial para evaluar el nivel de compromiso corporativo, con prácticas responsables.

Estos informes no solo transparentan las acciones de las empresas en términos medioambientales y sociales, sino que también permiten a los consumidores, inversionistas y partes interesadas evaluar y respaldar a aquellas compañías que están adoptando un enfoque proactivo hacia la sostenibilidad. Este indicador, por ende, no solo refleja la rendición de cuentas empresarial, sino que también promueve una cultura de transparencia que impulsa a las empresas hacia la adopción de prácticas más éticas y respetuosas con el entorno.

12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales:

La promoción de prácticas de adquisición pública sostenible desempeña un papel fundamental en la consecución de la sostenibilidad a nivel mundial. Este indicador, que evalúa el número de países con políticas sostenibles en adquisiciones públicas, constituye una herramienta esencial para medir y evaluar el progreso hacia este objetivo.

Es decir, la adopción de prácticas sostenibles en la adquisición pública, tiene el potencial de impulsar la demanda de productos y servicios sostenibles y envía un fuerte mensaje a los proveedores y a la sociedad en general, sobre la importancia de consideraciones éticas y medioambientales, en las decisiones de compra del sector público.

Además, este indicador refleja el compromiso de los gobiernos con la integración de criterios sostenibles en sus políticas de contratación, contribuyendo así, a un cambio positivo en las prácticas comerciales y al fomento de un mercado más sostenible.

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:

La educación desempeña un papel crucial en la promoción de prácticas sostenibles y en la construcción de un futuro más equitativo y respetuoso con el medio ambiente. La evaluación del porcentaje de instituciones educativas con programas sobre desarrollo sostenible, proporciona una visión integral sobre la penetración y la eficacia de la educación en este ámbito.

Este indicador refleja el compromiso de las instituciones educativas con la integración de contenidos relacionados con el desarrollo sostenible y llega a sugerir el grado de conciencia y comprensión que se está inculcando en las generaciones futuras. Un aumento en el porcentaje de instituciones con programas educativos sobre desarrollo sostenible indicaría un progreso positivo en la incorporación de principios y prácticas sostenibles en la formación académica, contribuyendo así a la construcción de una sociedad más consciente y comprometida con el bienestar del planeta.

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:

La colaboración internacional en el fortalecimiento de capacidades científicas y tecnológicas, es esencial para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles. Bajo esa premisa, se entiende que la evaluación del número de solicitudes de patentes ecológicas no solo indica la actividad innovadora, sino también la orientación hacia soluciones que promueven la sostenibilidad. Este indicador refleja la dedicación de los países en desarrollo, con tecnologías que minimicen los impactos ambientales y fomenten prácticas más sostenibles.

Lo que quiere decir que, el aumento en las solicitudes de patentes ecológicas, sugiere un progreso significativo en la aplicación de enfoques tecnológicos que aborden los desafíos actuales, desde una perspectiva sostenible, contribuyendo así a un desarrollo más equilibrado y respetuoso con el medio ambiente.

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:

La sostenibilidad del turismo se convierte en una prioridad crucial en la agenda para el desarrollo sostenible. La medición de corrientes residuales generadas como resultado del turismo y el PIB directo asociado, proporciona información valiosa sobre el impacto económico y ambiental de la industria turística.

Evaluar las corrientes residuales ofrece una visión clara de cómo las actividades turísticas afectan la gestión de residuos y la salud ambiental. Además, al analizar el PIB directo vinculado al turismo, se puede entender mejor la contribución económica de esta industria a nivel local y global. Estos indicadores son esenciales para desarrollar estrategias que promuevan un turismo más sostenible, generando beneficios

económicos sin comprometer la integridad del entorno natural y cultural de los destinos turísticos.

12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles:

La eliminación de subsidios ineficientes a los combustibles fósiles, emerge como una medida crucial para fomentar prácticas energéticas más sostenibles. La evaluación de la cuantía de estos subsidios, en relación con el Producto Interno Bruto (PIB), proporciona un indicador preciso del impacto económico y ambiental de estas prácticas.

Asimismo, constituye un paso esencial hacia la reestructuración de sistemas tributarios y políticas energéticas que reflejen de manera más precisa el costo ambiental de los combustibles fósiles. Esta evaluación no solo busca minimizar los efectos adversos en el desarrollo, especialmente en países en desarrollo, sino también salvaguardar a las comunidades afectadas y promover una transición efectiva hacia fuentes de energía más sostenibles y renovables.

2.2. Los patrones de producción y consumo ante E-commerce.

El auge del comercio electrónico ha marcado una transformación significativa en los patrones de producción y consumo, en la actualidad. Realmente, la creciente prevalencia de transacciones comerciales en línea, ha generado un cambio radical en cómo las personas acceden a productos y servicios, lo cual influye, directamente, en los métodos de producción y en las preferencias de compra de las personas.

Este fenómeno no solo ha modificado la dinámica de los mercados, sino que también ha planteado desafíos y oportunidades en términos de sostenibilidad y responsabilidad social de las empresas involucradas en el e-commerce. Bajo ese contexto, el comercio electrónico, que significa comprar y vender cosas en internet, ha hecho que todo sea más rápido y fácil.

Pero, al mismo tiempo, cómo la gente compra cosas ahora, también ha hecho que nos preguntemos cómo afecta al medio ambiente, cómo usamos los recursos y si todos son tratados de manera justa en el proceso de producción. Por lo anterior, es muy importante investigar cómo se están haciendo y comprando cosas en línea para entender los problemas y oportunidades. en un mundo que cada vez usa más la tecnología.

2.2.1. Características, necesidades de la producción y el consumo responsable en los Estados Unidos de América.

La creciente conciencia pública sobre la importancia de adoptar prácticas más sostenibles y éticas, refleja una comprensión cada vez mayor de la necesidad de abordar los desafíos ambientales y sociales de manera urgente. Este cambio de mentalidad sugiere un reconocimiento generalizado de la importancia de actuar de manera proactiva, para mitigar los impactos negativos de las actividades humanas en el medio ambiente y la sociedad, promoviendo así un enfoque más consciente y responsable hacia la producción y el consumo.

Bajo este contexto, se puede analizar la importancia cada vez mayor de la producción y el consumo responsables en los Estados Unidos de América. Esta importancia ha llegado a un nivel excepcional, impulsada por el creciente reconocimiento de los impactos ambientales y sociales de las actividades industriales y comerciales. Este aumento en la conciencia, ha generado una necesidad urgente de abordar estos aspectos de forma integral y prioritaria.

Kasdorf, Rivosecchi y Bluthgen (2023) comentan que, aproximadamente el 20% de las personas, hoy en día, toman decisiones de compra considerando aspectos ambientales y sociales, siendo identificadas como "EcoActivos". Aunque este segmento experimentó una disminución del 4% en 2022, en comparación con el año anterior, las tendencias sugieren que continuará creciendo en los próximos años.

Además, este grupo presenta una considerable oportunidad económica para las marcas, representando un mercado evaluado en US\$376 mil millones. Sin embargo, bajo ese contexto, al explorar las causas detrás de la disminución en los segmentos más conscientes, el estudio señala que los motivos económicos juegan un papel crucial. Un 45% de las personas indican que les resultó difícil adoptar prácticas sostenibles recientemente, debido a desafíos sociales o financieros. Este hallazgo subraya la interconexión entre las decisiones de consumo consciente y las condiciones económicas, resaltando la importancia de abordar factores económicos, para fomentar comportamientos más sostenibles.

Asimismo, al examinar las estadísticas a nivel nacional, se observa una diversidad de comportamientos. En naciones como Colombia, Francia y Estados Unidos, el segmento EcoActivo muestra una variación nula o incluso positiva. Estas disparidades regionales resaltan la influencia de factores culturales, económicos y sociales, específicos en las tendencias de consumo sostenible.

Bajo esa premisa se puede entender que, en general, los consumidores más destacados en este contexto, son aquellos que buscan adoptar estilos de vida más sostenibles, alineados con la preservación del planeta. Estos individuos no solo aspiran a reducir el impacto ambiental negativo de sus elecciones de consumo, sino que también se esfuerzan por generar un impacto positivo. Este grupo demográfico demuestra una disposición a modificar sus hábitos de consumo, optando, por ejemplo, por adquirir productos de segunda mano o reutilizables, para evitar el uso de artículos desechables.

Otro aspecto a rescatar, es la preferencia hacia productos elaborados por comunidades locales, lo que demuestra un fuerte compromiso con la sostenibilidad ambiental. Esta preferencia refleja la creciente conciencia sobre los impactos ambientales asociados con la producción y el transporte de productos a larga distancia. Al optar por productos locales, los consumidores contribuyen a reducir la huella de carbono, al minimizar las emisiones de gases de efecto invernadero, relacionadas con el transporte.

Además de sus acciones, estos consumidores también reflexionan sobre la necesidad real de los productos que desean adquirir, mostrando un enfoque consciente y reflexivo hacia sus elecciones de consumo. Este perfil de consumidor está contribuyendo, activamente, a la evolución hacia un estilo de vida más responsable y respetuoso con el medio ambiente.

Según Enel Green Power (2020), en el año 2019, se observó una abundancia de iniciativas que promovieron el avance de la energía sostenible, tanto en Estados Unidos como en Canadá. Estas acciones abarcaron diversas áreas, desde la concesión de becas para la investigación en energías renovables hasta la firma de nuevas colaboraciones que apuntan hacia la descarbonización. Además, se llevaron a cabo proyectos significativos que marcaron hitos en el ámbito de las energías renovables.

Estas acciones conjuntas reflejan un compromiso destacado con el desarrollo y la implementación de fuentes de energía más sostenibles en la región, contribuyendo a la transición hacia un futuro más limpio y respetuoso con el medio ambiente. Asimismo, el avance en la construcción de nuevas centrales en Estados Unidos ha desencadenado un impulso significativo en la revolución energética, evidenciado por el récord alcanzado en la capacidad renovable, generada por Enel Green Power.

Específicamente en Estados Unidos, este logro no solo constituye un hito en cuanto a la capacidad de generación de energía limpia, sino que también representa un paso fundamental hacia la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. La diversidad y la envergadura de los proyectos llevados a cabo, subrayan el compromiso firme con la transición hacia fuentes de energía más sostenibles, sentando así, un precedente significativo en la promoción de prácticas que favorecen un futuro respetuoso con el medio ambiente.

Este impulso en la construcción de nuevas centrales contribuye no solo al desarrollo sostenible a nivel local, sino que también envía un mensaje inspirador a nivel global, al demostrar cómo la acción concreta, en el sector energético, puede tener un impacto positivo en la consecución de metas ambientales, a largo plazo.

Adicionalmente, se pueden encontrar varios ejemplos alrededor de Estados Unidos, especialmente en Texas, donde se lideró la transición a fuentes de energía más limpias en 2019. Se pusieron en funcionamiento dos importantes proyectos: una gran parte del parque eólico High Lonesome y la primera fase del parque solar Roadrunner. En total, estas adiciones sumaron casi 800 megavatios a la red eléctrica, elevando la capacidad total de generación de energía renovable de EGP a 5.8 gigavatios.

El parque eólico High Lonesome, el más grande de EGP, generará alrededor de 1.9 teravatios-hora de energía anualmente, evitando la emisión de más de 1.1 millones de toneladas de dióxido de carbono. Roadrunner, una vez finalizado, se convertirá en el parque solar más grande de EGP, con 1.2 millones de paneles solares generando 1.2 teravatios-hora de energía al año. En conjunto, estos proyectos abastecerán suficiente energía renovable para más de 282,000 hogares, al mismo tiempo que evitarán la emisión de CO₂ equivalente a la generada, por aproximadamente 465,000 vehículos.

Cammisra (2020), indica que este resultado representa una nueva referencia para la industria y reafirma una vez más el liderazgo mundial en el sector de las energías renovables. El objetivo de cara al futuro sigue siendo la mejora constante de los propios récords de la población. Asimismo, este enfoque en la mejora continua, refleja un compromiso inquebrantable con la innovación y la excelencia, consolidando aún más la posición como referente en la vanguardia de la transición hacia fuentes de energía más sostenibles.

Además, las centrales sostenibles se destacan por sus plazos de construcción cortos, su capacidad para escalar, según las necesidades y su respeto al medio ambiente en todas las fases del proceso constructivo. Esta tendencia refleja no solo una opción económica, sino también un compromiso con prácticas que promueven un futuro más sostenible y respetuoso con nuestro entorno.

En conclusión, la transición hacia fuentes de energía más sostenibles está tomando impulso y las personas, como consumidoras, están desempeñando un papel fundamental en este cambio. La competitividad creciente de las fuentes renovables, frente a los combustibles fósiles, es una señal positiva.

2.2.2. Las compras E-Commerce y las tendencias sociales.

Como se ha mencionado con anterioridad, en este documento, el auge del comercio electrónico ha redefinido por completo la forma en que las personas realizan compras, marcando una era en la que la conveniencia digital se entrelaza con las tendencias sociales emergentes.

Las compras en línea han experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, transformando no solo los patrones de consumo, sino también las dinámicas sociales que rodean a la adquisición de bienes y servicios. Este cambio ha generado una nueva dimensión en la interacción entre consumidores y productos, donde las plataformas de comercio electrónico no solo actúan como simples facilitadores de transacciones, sino también como reflejo y catalizadores de las tendencias y preferencias sociales en constante evolución.

En este contexto, explorar las intersecciones entre las compras E-Commerce y las tendencias sociales se vuelve esencial para comprender cómo la digitalización del comercio ha influido en la forma en que las personas eligen, adquieren y se relacionan con los productos. Desde la explosión de las redes sociales hasta la creciente conciencia ambiental, las tendencias sociales contemporáneas juegan un papel clave en la configuración de los comportamientos de compra en línea.

Este fenómeno no solo tiene implicaciones en la forma en que las empresas diseñan sus estrategias de marketing y venta, sino también en cómo los consumidores participan activamente en la construcción de comunidades en línea, basadas en intereses compartidos y valores emergentes. Bajo esa premisa, se pueden mencionar dos tendencias principales: las redes sociales y la sostenibilidad.

Molina (2023), informa que la principal tendencia social es el uso de redes sociales. La influencia de las redes sociales en las decisiones de compra ha alcanzado un nivel sin precedentes en la era digital. La conectividad global proporcionada por plataformas como Facebook, Instagram, Tiktok y Twitter ha transformado la manera en que los consumidores interactúan con las marcas y toman decisiones de compra. La búsqueda de recomendaciones y reseñas auténticas se ha convertido en una práctica común, donde los usuarios confían en las experiencias compartidas por otros para informar sus propias decisiones de compra.

Es decir, realmente la presencia activa de las marcas en las redes sociales es esencial para construir una relación sólida con los consumidores, debido a que las estrategias de marketing de influencers han surgido como un componente crucial, donde personalidades destacadas en plataformas sociales respaldan productos y servicios, generando confianza y credibilidad entre sus seguidores. La autenticidad y la transparencia son clave en este contexto, ya que los consumidores buscan conexiones genuinas y experiencias reales antes de comprometerse con una compra en línea.

Además, los consumidores comparten fotos, reseñas y testimonios, creando una red de información valiosa para otros compradores potenciales. Este fenómeno ha llevado a las marcas a enfocarse en la construcción de comunidades en línea, donde los clientes pueden interactuar entre sí y con la marca, fomentando un sentido de pertenencia y lealtad.

La segunda tendencia social que más se destaca es la sostenibilidad y responsabilidad social. La creciente conciencia ambiental y social, está ejerciendo una influencia significativa en las decisiones de compra de los consumidores, llevando a un cambio notable en las preferencias hacia productos y marcas que abrazan la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Existe un interés ascendente, por parte de los compradores, en aquellos productos que incorporan prácticas sostenibles, emplean materiales respetuosos con el medio ambiente y respaldan iniciativas sociales. Es decir, la búsqueda de productos y marcas sostenibles refleja un deseo cada vez mayor de los consumidores de alinearse con empresas que están comprometidas con la reducción de su impacto ambiental y la contribución positiva a causas sociales.

Además, la transparencia en las prácticas comerciales se ha convertido en un aspecto clave, ya que los consumidores valoran la autenticidad y la claridad en la información proporcionada por las marcas. La capacidad de las empresas para comunicar sus esfuerzos sostenibles y compromisos sociales de manera clara y veraz se ha vuelto esencial para establecer la confianza del consumidor.

Molina (2023), comenta que, sin duda, la inclinación hacia el consumismo verde emerge como una destacada tendencia en el panorama del eCommerce. Esta tendencia es impulsada, principalmente, por las nuevas generaciones, que demuestran una creciente preocupación por las cuestiones medioambientales. Para muchos consumidores, la consideración de prácticas sostenibles se ha convertido, prácticamente, en un requisito esencial al elegir productos y marcas, esperando que estas demuestren responsabilidad y compromiso con diversas causas sociales.

Incluso, de acuerdo con diversos estudios, los consumidores orientados al verde están dispuestos a invertir entre un 15% y un 20% más en productos ecológicos. Estas investigaciones también revelan las preferencias de este segmento de consumidores,

destacando su interés por productos fabricados con materias primas biodegradables y envases fácilmente reciclables.

Ulloa (2023), se refiere a la fabricación de productos en cantidades o momentos superiores a los requeridos por los clientes. Esto implica la producción de artículos que pueden no interesar a los consumidores y el almacenamiento de un exceso de inventario en espera de ser demandado. La sobreproducción se considera como el origen de diversos desperdicios, ya que puede resultar en la acumulación de inventario, lo que requiere más espacio de almacenamiento, así como en un aumento en los costos de transporte, tiempos de espera prolongados y un mayor riesgo de defectos. La producción excesiva genera todos estos problemas adicionales.

Asimismo, se puede mencionar el embalaje excesivo, el cual se considera como la falta de eficiencia en la gestión de las adquisiciones. Garcia (2023), explica que el embalaje excesivo abarca cualquier tipo de envase que exceda las necesidades básicas de protección y presentación del producto. Este fenómeno se manifiesta claramente en situaciones donde el tamaño del empaque es, desproporcionadamente mayor que el del artículo que contiene, llegando incluso a duplicar o triplicar su volumen. Es decir, esto puede desencadenar un uso desproporcionado de materiales de embalaje, tales como plásticos y cartón, con el fin de asegurar la protección de los productos durante su transporte y almacenamiento.

Por otra parte, es importante mencionar la huella de carbono elevada. Las prácticas ineficientes en las compras dentro del comercio electrónico pueden tener impactos significativos en el medio ambiente, exacerbando la huella de carbono de las empresas y contribuyendo al cambio climático. Greenpeace (2020), indica que la huella de carbono se define como la marca ambiental que deja la actividad humana en términos de emisiones de gases de efecto invernadero.

Este indicador abarca, tanto las emisiones directas como indirectas, de diversos compuestos, que incluyen el metano (CH₄), el óxido de nitrógeno (N₂O), los hidrofluorocarburos (HFCs), los perfluorocarburos (PFCs), el hexafluoruro de azufre (SF₆) y especialmente, el dióxido de carbono (CO₂), que es el gas más abundante y ha sido el principal responsable del calentamiento global desde 1990.

La huella de carbono elevada puede suceder debido a la elección de proveedores cuyas cadenas de suministro carecen de prácticas sostenibles que pueden implicar la participación en actividades que generan altas emisiones de gases de efecto invernadero, como la deforestación o la extracción no sostenible de recursos naturales. Del mismo modo, optar por opciones de envío rápidas, pero menos ecológicas, como el transporte aéreo en lugar de métodos más eficientes, en términos de emisiones como el transporte marítimo o ferroviario, puede aumentar aún más la huella de carbono de las operaciones de comercio electrónico.

Bajo el contexto del envío, se pueden analizar las emisiones de transporte. Vega (2022), indica que a pesar de que los modelos de comercio electrónico disminuyen las emisiones de transporte generadas por los clientes, los vehículos de reparto de las empresas, como camiones y aviones, todavía pueden emitir grandes cantidades de contaminantes perjudiciales. Además, la ubicación geográfica de los clientes, con respecto, a los centros de distribución también puede tener un impacto significativo.

Si bien las empresas mayoristas están implementando medidas para reducir las emisiones del transporte, esto puede no ser factible para todas las empresas, especialmente aquellas que operan en escalas más pequeñas. Debido a la importancia de la rapidez en las operaciones comerciales, especialmente en lo que respecta al envío, es probable que algunas empresas deban realizar envíos con capacidad parcialmente utilizada, lo que resultará en viajes adicionales y mayores emisiones de transporte.

Por otro lado, se pueden mencionar las devoluciones de productos, que estas son una realidad en el comercio electrónico, ya que no todos los clientes quedan satisfechos con los artículos que reciben. Esto puede deberse a discrepancias entre el producto recibido y su representación en línea, problemas de talla o ajuste, o daños durante el transporte, entre otras razones. Sin embargo, estas devoluciones tienen un impacto negativo en el medio ambiente, principalmente, debido a las emisiones asociadas con el transporte adicional y los problemas de embalaje.

Este último se puede asociar con la contaminación del agua y suelos. Velázquez (2022), indica que la gestión inadecuada de las adquisiciones puede conducir a la liberación de sustancias químicas y contaminantes al medio ambiente, afectando tanto el agua como el suelo, durante las diferentes etapas de producción, transporte y eliminación de productos.

La contaminación del agua y del suelo es una preocupación ambiental importante, asociada con la gestión ineficiente de las compras electrónicas. Durante la producción, transporte y eliminación de productos, pueden ocurrir fugas, derrames o descargas accidentales de sustancias químicas y contaminantes al medio ambiente. Estos productos químicos pueden incluir pesticidas, fertilizantes, productos químicos industriales y otros compuestos tóxicos que tienen el potencial de contaminar las aguas superficiales y subterráneas, así como el suelo circundante.

Además, en el proceso de producción, se utilizan numerosos productos químicos y materiales que pueden filtrarse hacia el suelo, a través de prácticas de disposición inadecuadas o liberarse al agua, durante las operaciones de lavado o limpieza. Del mismo modo, durante el transporte de productos, especialmente aquellos que involucran sustancias peligrosas, existe el riesgo de derrames o fugas que pueden contaminar el suelo y los cuerpos de agua cercanos.

Al mismo tiempo, la eliminación inapropiada de productos al final de su vida útil puede resultar en la liberación de contaminantes al medio ambiente. Por ejemplo, la disposición de productos electrónicos obsoletos en vertederos, puede liberar metales pesados y productos químicos tóxicos que pueden infiltrarse en el suelo y contaminar las aguas subterráneas.

2.3.2. Principales Consecuencias.

En el marco del comercio electrónico y su impacto en el medio ambiente, es esencial analizar las múltiples consecuencias que emergen a lo largo de la cadena de suministro y operaciones comerciales, todas relacionadas con las problemáticas, anteriormente mencionadas. Estas consecuencias no solo son relevantes para la sostenibilidad ambiental, sino que también influyen de manera significativa, en la eficiencia y la responsabilidad de las actividades comerciales en línea.

Primeramente, se encuentra la sobreproducción y desperdicio de recursos que tiene, como consecuencia directa, el agotamiento acelerado de recursos naturales no renovables, como minerales y combustibles fósiles. Este agotamiento no solo ejerce una presión adicional sobre los ecosistemas, sino que también aumenta la probabilidad de escasez de recursos en el futuro, lo que tiene implicaciones profundas para la sostenibilidad de nuestras sociedades.

Además, el uso excesivo de estos recursos puede llevar a la degradación irreversible de hábitats naturales y la pérdida de biodiversidad, exacerbando los efectos del cambio climático y poniendo en riesgo la capacidad de la Tierra para mantener la vida tal como la conocemos. Es imperativo adoptar enfoques más sostenibles y responsables en la gestión de estos recursos para garantizar su disponibilidad a largo plazo y preservar la salud de nuestros ecosistemas y comunidades.

Por otra parte, se encuentra el embalaje excesivo que, según Greenbox (2019), trae como consecuencia la generación masiva de residuos plásticos y de cartón, los cuales, al no ser biodegradables, representan una amenaza significativa para el medio ambiente. Estos residuos contribuyen, de manera alarmante, a la contaminación de los océanos, creando grandes áreas de basura flotante y microplásticos que amenazan la vida marina y los ecosistemas acuáticos.

Además, en entornos urbanos, la acumulación de estos materiales desechados de forma indiscriminada deteriora el paisaje, afectando negativamente la calidad de vida de las comunidades locales y generando problemas estéticos y de salubridad pública. La fauna silvestre también sufre las consecuencias, ya que muchas especies ingieren accidentalmente plásticos o quedan atrapadas en desechos, lo que puede llevar a lesiones graves e incluso a la muerte.

Greenpeace (2020), logra analizar la huella de carbono elevada e indica que la consecuencia se manifiesta en la exacerbación del cambio climático, un fenómeno que desencadena una serie de impactos devastadores en todo el planeta. Este aumento en las emisiones de gases de efecto invernadero, contribuye directamente a la intensificación de eventos climáticos extremos, como tormentas, sequías, inundaciones y olas de calor, que se vuelven más frecuentes e intensos.

Asimismo, la acidificación de los océanos, causada por la absorción de dióxido de carbono atmosférico, amenaza la vida marina y los ecosistemas acuáticos, alterando los delicados equilibrios biológicos y afectando a las comunidades que dependen de ellos para su sustento. Por otro lado, el derretimiento de los glaciares, causado por el aumento de las temperaturas globales, contribuye al aumento del nivel del mar, lo que representa una amenaza para las poblaciones costeras y los ecosistemas costeros en el mundo. Bajo esa misma premisa, se entiende que los impactos tienen graves consecuencias para la vida en la Tierra, incluida la pérdida de hábitats, la escasez de recursos naturales y la amenaza para la seguridad alimentaria y la salud pública.

De la mano con lo anterior, se puede hablar de las emisiones de transporte y del papel tan importante que juegan en estas consecuencias, es por ello que, The European Environment Agency (2020), confirma que el transporte, si bien es esencial para la movilidad y el desarrollo económico, conlleva una serie de impactos negativos en el medio ambiente y la salud humana.

Estos incluyen la emisión de agentes contaminantes tóxicos y gases de efecto invernadero, la generación de residuos y contaminación acústica, así como la fragmentación del territorio. La emisión de gases de efecto invernadero, como el dióxido de carbono (CO₂), es especialmente preocupante, ya que contribuye significativamente al calentamiento global y al cambio climático. Además, la contaminación del aire derivada del transporte también se asocia con problemas respiratorios, enfermedades cardiovasculares y otros problemas de salud pública.

Finalmente, las devoluciones de los productos van de la mano con la contaminación del agua y los suelos por diversas razones, principalmente, las devoluciones contribuyen al desperdicio de recursos naturales y energía, así como a la generación de residuos sólidos, especialmente, cuando los productos devueltos no pueden ser revendidos y terminan en vertederos.

Además, el proceso de devolución implica el transporte adicional de productos, lo que aumenta las emisiones de carbono y contribuye al cambio climático y a la contaminación del aire. Por último, la producción y eliminación de productos devueltos pueden causar la filtración de productos químicos al medio ambiente, afectando, negativamente, la calidad del suelo, el agua y el aire y contribuyendo a la degradación ambiental en general.

2.3. El ODS #12 y su relación con respecto a la empresa Amazon como empresa de e-commerce.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12 (ODS 12) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, se centra en garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. En el contexto del comercio electrónico, este objetivo cobra una relevancia especial, cuando se analiza la posición de gigantes de e-commerce como Amazon. Realmente, se entiende que, como una de las mayores plataformas de comercio electrónico a nivel mundial, Amazon ejerce una influencia significativa en los patrones de consumo y las prácticas de producción.

Sin embargo, su escala y alcance también plantean desafíos considerables en términos de sostenibilidad, desde la gestión de residuos y emisiones de carbono, hasta la promoción de prácticas comerciales éticas y responsables, en lo que respecta al ambiente. En este sentido, es crucial examinar la relación entre el ODS 12 y Amazon, evaluando cómo la empresa aborda los principios de consumo y producción sostenibles y qué medidas adopta para mitigar su impacto ambiental y social.

2.4.1. Amazon y su papel como empresa E-Commerce.

En el pasado, cuando surgía una necesidad de compra, la única opción para satisfacerla, era visitar una tienda física y seleccionar entre la variedad de productos o servicios disponibles en ese establecimiento. Sin embargo, en la actualidad, gracias a los avances tecnológicos, tenemos la capacidad de realizar estas compras de forma remota, sin necesidad de estar presentes físicamente. Es decir, una parte considerable de las transacciones de compra, se lleva a cabo utilizando plataformas de comercio electrónico.

La tendencia hacia la compra en línea, a través de aplicaciones o plataformas web, está en constante expansión, lo que está reduciendo, gradualmente, la frecuencia de visitas a las tiendas físicas convencionales. Este cambio de comportamiento del consumidor se atribuye, principalmente, a las innovaciones tecnológicas continuas que simplifican, en gran medida, el proceso de compra, a través de esta modalidad emergente de comercio electrónico, conocida como e-commerce.

Bajo ese contexto, el gigante del comercio electrónico surgió con una visión pionera en 1994, en pleno auge de Internet. Jeff Bezos, que en ese momento trabajaba en Wall Street, tuvo la perspicacia de percibir que la llegada de la tecnología transformaría los hábitos y patrones de compra de los consumidores. Apostando por el potencial del mundo digital, Bezos dio un giro radical en su carrera al dejar su empleo y establecer una librería en línea. Los libros fueron la elección inicial, debido a dos ventajas clave: eran más asequibles que en las librerías tradicionales y tenían un alcance mundial sin restricciones geográficas.

En sus primeros meses, Amazon registraba ingresos de 20.000 dólares a la semana y ofrecía sus productos en 45 países. Sin embargo, ¿cuál fue el factor determinante de su éxito? La respuesta radica en su extenso catálogo, que comprendía, aproximadamente, 1 millón de títulos. Este vasto repertorio no solo atrajo a consumidores de todas partes, sino que también ofreció una experiencia de compra incomparable, satisfaciendo una variedad de gustos y preferencias en un solo destino en línea.

Araujo et al (2022), confirman que Amazon ostenta el primer puesto en el comercio electrónico de los Estados Unidos, dominando el mercado con una participación del 68.9%, según datos de Statista para el año 2021. Esta posición privilegiada se refleja en unas impresionantes ventas por canal e-commerce que alcanzan los US\$ 475,000 millones.

En primer lugar, Amazon se distingue por su habilidad para diversificar sus líneas de negocio, extendiéndose desde la venta minorista tradicional, hasta servicios en la nube, transmisión de contenido digital y más. Además, la empresa ha cultivado una cultura organizacional centrada en la obsesión por la atención al cliente, priorizando la satisfacción del cliente en cada interacción y transacción. Su eficiente nivel de cumplimiento operativo, tanto en las tiendas físicas como en línea, garantiza una entrega rápida y confiable de los pedidos, contribuyendo así a fomentar la fidelidad del cliente.

Por último, la pasión innovadora a largo plazo de Amazon, ha sido un factor crucial en su ascenso, impulsando constantemente nuevas ideas y tecnologías para mejorar la experiencia del usuario y mantenerse a la vanguardia de la industria. Todo esto se ve respaldado por una impresionante infraestructura logística, con más de 175 centros dedicados a la gestión eficiente de inventario y distribución, lo que posiciona a Amazon como líder indiscutible en el competitivo mundo del comercio electrónico.

Por otra parte, Amazon se fundamenta en la utilización de internet y el comercio electrónico, centrandó su enfoque en el cliente y respaldándose en un sistema logístico propio. La empresa proporciona una plataforma fácil de usar y completamente optimizada donde, tanto individuos como empresas, sin importar su tamaño, pueden comercializar sus productos. Su desarrollo como compañía se relaciona, estrechamente, con la implementación del modelo económico conocido como Long Tail, el cual se caracteriza por ofrecer una amplia gama de productos, incluso aquellos de demanda más específica o minoritaria, con el objetivo de satisfacer las necesidades de cada consumidor.

Es importante considerar que en la actualidad, Amazon también ofrece a sus clientes los servicios de Amazon Web Services, los cuales brindan soluciones de alojamiento web en la nube. Esto permite a negocios, organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales implementar sus sitios y aplicaciones web de manera rentable. Además, como es ampliamente conocido, Amazon cuenta con servicios de

streaming de alta calidad, como Amazon Prime Video y Amazon Music, que son ampliamente utilizados y apreciados por los consumidores en su día a día.

Finalmente, se puede afirmar con certeza que Amazon no solo ejerce una influencia colosal, en el ámbito del comercio electrónico, sino que también representa una figura de relevancia sobresaliente en el panorama comercial en su totalidad. La presencia y el impacto de Amazon se extienden mucho más allá de las fronteras del comercio en línea, alcanzando diversos sectores y aspectos del comercio tradicional y moderno.

Además, su alcance abarca desde la distribución minorista, hasta los servicios en la nube, el entretenimiento digital y la innovación tecnológica, entre otros. Como líder indiscutible en el comercio electrónico y un actor clave en la economía global, Amazon ha transformado, radicalmente, la forma en que se compra, se vende y se consumen productos y servicios, consolidándose así, como una figura emblemática y de referencia en el comercio electrónico.

2.3.2. Principales avances en temas medioambientales relacionadas con el E-Commerce.

En los últimos años, se han observado avances notables en cuestiones ambientales vinculadas al comercio electrónico. Estos progresos se derivan de una mayor conciencia a nivel mundial acerca de la importancia de la sostenibilidad y la urgencia de reducir el impacto ambiental, generado por las actividades comerciales en línea. Desde la adopción de métodos de embalaje más sustentables hasta la implementación de estrategias logísticas más eficaces y la promoción de productos respetuosos con el medio ambiente, el comercio electrónico está experimentando una evolución hacia modelos más responsables, desde una perspectiva medioambiental.

Estos avances no solo tienen el potencial de atenuar los efectos adversos en el entorno natural, sino también de contribuir, positivamente, al bienestar de las comunidades y a la conservación de los recursos naturales para las generaciones venideras. En este contexto, resulta esencial examinar, con detenimiento, los principales progresos en esta área y su impacto en la sostenibilidad global.

Bajo ese contexto, Pestel, Latreille y Bordet (2022), explican que, cuando se habla de logística "verde" o sostenible, se da una referencia a un enfoque integral que busca minimizar el impacto ambiental, en todas las etapas de la cadena de suministro. Esto implica no solo la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la conservación de recursos naturales, sino también la optimización de procesos para aumentar la eficiencia y reducir el desperdicio, en todas las actividades relacionadas con la logística.

Desde la obtención de materias primas de fuentes sostenibles hasta los procesos de transformación que priorizan la eficiencia energética y el uso responsable de recursos, cada paso se realiza con el objetivo de mitigar el impacto ambiental. Además, se considera el almacenamiento adecuado y seguro de los productos, utilizando prácticas que minimicen el consumo de energía y reduzcan la generación de residuos. El embalaje también se aborda de manera sostenible, utilizando materiales reciclados o biodegradables siempre que sea posible y optimizando el diseño para reducir el volumen y el peso.

En la actualidad, se observa una tendencia creciente entre las empresas de comercio electrónico hacia la adopción de prácticas de embalaje sostenible, lo cual, implica el uso cada vez más extendido de materiales reciclados y biodegradables en sus procesos de empaque. Lo que quiere decir que, dicha evolución responde a una creciente conciencia ambiental y a la demanda de los consumidores, por opciones más responsables, desde el punto de vista medioambiental.

Además, estas empresas están implementando técnicas de embalaje más eficientes e innovadoras, con el objetivo de reducir al máximo, el desperdicio de materiales y optimizar el espacio en los envíos. Lo anterior incluye el diseño de envases que requieran menos material para cumplir su función protectora, así como la utilización de materiales ligeros pero resistentes que minimicen el peso de los paquetes y, por ende, reduzcan las emisiones de carbono asociadas al transporte. Además, se están explorando nuevas tecnologías y procesos de embalaje que permitan maximizar la protección de los productos durante su transporte, al tiempo que se minimiza el impacto ambiental.

En cuanto a la distribución y entrega, se priorizan las rutas más eficientes y los medios de transporte menos contaminantes, como vehículos eléctricos o de bajo consumo de combustible. Finalmente, se presta especial atención a la gestión al final del ciclo de vida, promoviendo el reciclaje, la reutilización y el adecuado tratamiento de residuos para minimizar el impacto ambiental en todo el proceso logístico. DHL (2021) indica que, el traslado de mercancías en el tramo inicial y medio, es una parte crucial del comercio electrónico y en América Latina, al igual que en numerosas regiones del globo, suele realizarse, principalmente, mediante camiones y aviones. El transporte por carretera ha enfrentado diversos desafíos a lo largo de la historia, para avanzar hacia prácticas más respetuosas con el medio ambiente.

A pesar de esos desafíos, en un esfuerzo por mitigar su impacto ambiental en el transporte de productos, las empresas de comercio electrónico están intensificando sus inversiones en flotas de vehículos más sostenibles. Este enfoque incluye la adquisición de vehículos eléctricos y de bajas emisiones, que representan una alternativa más ecológica, en comparación con los vehículos tradicionales de combustión. Estas flotas más verdes no solo contribuyen a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación del aire, sino que también ayudan a disminuir la dependencia de los combustibles fósiles y a promover la transición hacia una economía más limpia y sustentable.

Además de la inversión en vehículos más ecológicos, las empresas de e-commerce están implementando sistemas de rutas más eficientes y estrategias de entrega agrupadas. Estas medidas tienen como objetivo optimizar la logística de transporte, reduciendo la distancia recorrida y el tiempo de viaje de los vehículos.

Finalmente, se puede abordar el tema de la gestión adecuada de residuos, ya que, las empresas de comercio electrónico están adoptando medidas significativas para mejorar sus prácticas de gestión de residuos, reconociendo la importancia de reducir su impacto ambiental en todas las etapas de su cadena de suministro. Bajo esa misma premisa, se logra analizar que, una de las principales iniciativas que están llevando a cabo es la implementación de programas integrales de reciclaje y reutilización en sus centros de distribución y operaciones de cumplimiento.

Estos programas de gestión están diseñados para clasificar y procesar adecuadamente los residuos generados durante las actividades comerciales, fomentando la separación de materiales reciclables y promoviendo la reutilización de productos siempre que sea posible. Además, las empresas están trabajando activamente en la reducción del embalaje innecesario, buscando alternativas más sostenibles y eficientes que minimicen el uso de materiales y recursos. Esto incluye la exploración de opciones de embalaje biodegradable y de origen renovable, así como el diseño de envases que requieran menos material y ocupen menos espacio, durante el almacenamiento y el transporte.

2.3.3. Amazon y el ODS-12.

Según la Organización de las Naciones Unidas (s.f), se vive en un mundo donde la preocupación por el medio ambiente y la responsabilidad social, están en constante aumento, es por ello que las empresas se encuentran en una posición privilegiada para liderar el cambio hacia modelos de consumo y producción más sostenibles.

Para lograrlo, es fundamental que estas empresas profundicen en el conocimiento de las repercusiones medioambientales y sociales de sus productos y servicios a lo largo de todo su ciclo de vida. Esto implica no solo considerar el impacto ambiental durante la producción y el uso, sino también evaluar cómo estos productos afectan a diferentes estilos de vida y comunidades.

Las soluciones innovadoras y de diseño desempeñan un papel crucial en este proceso, ya que pueden inspirar y facilitar la adopción de estilos de vida más sostenibles por parte de los consumidores. Al ofrecer productos y servicios que son respetuosos con el medio ambiente y promueven prácticas éticas, las empresas pueden contribuir, significativamente, a la reducción del impacto ambiental y mejorar el bienestar de las personas. Esto puede incluir desde el desarrollo de productos fabricados con materiales reciclados o biodegradables hasta la implementación de tecnologías que fomenten el ahorro de energía y la eficiencia en el uso de recursos.

Mendiola (s.f), expresa que las empresas han incursionado en un nuevo enfoque llamado Responsabilidad Social en las últimas décadas. Bajo la influencia de la demanda de los consumidores, están empezando a atender, gradualmente, las expectativas que van más allá de precios competitivos y calidad sobresaliente. Ahora se busca que los productos no solo cumplan con estándares sociales y ambientales, sino que también reflejen una conducta ética, por parte de las empresas. (pág.14)

Según esa suposición, Amazon, como una de las principales empresas de comercio electrónico a nivel mundial, desempeña un papel crucial en la promoción de este objetivo, a través de sus políticas y operaciones. Desde la gestión de residuos hasta las políticas de embalaje y la responsabilidad del producto, Amazon tiene la oportunidad de influir, significativamente, en la sostenibilidad global. Es por ello que es fundamental examinar cómo Amazon aborda el ODS #12, para comprender su impacto en el desarrollo sostenible e identificar áreas donde la empresa pueda mejorar y contribuir, aún más, a este objetivo global.

Siguiendo ese postulado, Amazon se ha encargado de enfocarse en la sostenibilidad de empaque tomando en consideración la opinión de los clientes. Es decir, debido a que sus clientes desean un empaque adecuado en tamaño y reciclable que minimice los desperdicios y garantice una entrega sin daños, Amazon trabaja para reinventar y simplificar sus opciones de empaque sostenible, utilizando un enfoque basado en la ciencia que combina pruebas de laboratorio, aprendizaje automático, ciencia de materiales y asociaciones de fabricación para ampliar el cambio sostenible en toda la cadena de suministro de empaques.

La empresa está comprometida en colaborar con otros actores para reducir los desperdicios de empaques, tanto para beneficiar a sus clientes como al medio ambiente. Desde el año 2015, ha logrado reducir el peso del empaque saliente por envío en más del 41% en promedio, y ha conseguido eliminar más de 2 millones de toneladas métricas de material de empaque. Este esfuerzo continuo demuestra el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la reducción de su huella ambiental.

Durante el año 2022, lograron reducir el uso de plástico de un solo uso en el embalaje de sus envíos en operaciones globales en un 11.6%. Asimismo, en ese mismo período, el 11% de los pedidos realizados a nivel mundial, se enviaron sin ningún tipo de embalaje adicional de Amazon. En Europa, reemplazaron los envases de plástico de un solo uso, por envases de papel y cartón 100% reciclables, en su red de cumplimiento. En India, eliminaron el uso de envases de plástico de un solo uso, especialmente de películas delgadas, que provenían de la red de cumplimiento del país.

En 2022, enviaron el 11% de sus pedidos sin ningún embalaje adicional de Amazon. Amazon utiliza máquinas especializadas para identificar productos que permiten un envío seguro sin embalaje adicional. También trabajan directamente con los socios vendedores para rediseñar su embalaje, creando soluciones innovadoras que permiten que sus productos se envíen de manera segura, sin necesidad de un embalaje adicional.

En los últimos cinco años, estos algoritmos de máquinas especializadas han ayudado a reducir el uso de cajas de cartón en más del 35% en América del Norte y Europa. Por ejemplo, a menudo optan por usar sobres y bolsas para la entrega, que son hasta un 90% más livianos que una caja de tamaño similar. Además de ayudarle a Amazon a identificar qué productos pueden enviarse en sobres o bolsas, el algoritmo de máquinas les ayuda a determinar el tamaño correcto de la caja de cartón. En América del Norte, esto ha resultado en una reducción anual en los desechos de cartón, de entre el 7% y el 10%, lo que ahorra, aproximadamente, 60,000 toneladas de cartón al año.

Por otra parte, Amazon cuenta con operaciones sostenibles relacionados con la energía renovable. Es decir que, busca el camino de alimentar sus operaciones con un 100% de energía renovable y está en camino de lograrlo para el 2025, cinco años antes de lo programado. En 2022, el 90% de la electricidad consumida por Amazon fue generada por fuentes de energía renovable, gracias a más de 400 proyectos eólicos y solares en todo el mundo. Además de la electricidad proveniente de fuentes eólicas y solares, también están invirtiendo e innovando en nuevas tecnologías energéticas, como el hidrógeno verde, a través del Fondo de Compromiso Climático, estamos colaborando con empresas como Electric Hydrogen y Sunfire para mejorar la generación, almacenamiento y utilización de energía.

Asimismo, en el año 2022, la empresa contaba con una flota global de más de 9,000 vehículos de reparto eléctricos, los cuales desempeñaron un papel fundamental en la entrega de 145 millones de paquetes en los Estados Unidos y Europa. Como parte de su compromiso con la sostenibilidad, la meta establecida es alcanzar la cifra de 100,000 vehículos de reparto eléctricos de la marca Rivian en circulación para el año 2030. Actualmente, la empresa ya cuenta con más de 5,000 vehículos operativos en los Estados Unidos y recientemente anunció el despliegue de los primeros 300 vehículos en las carreteras de Alemania.

Bajo esa premisa ambiental, Amazon considera que tiene una responsabilidad fundamental en la lucha contra el cambio climático y entiende que la reducción de las emisiones de carbono a cero, es crucial para generar un impacto positivo en el medio ambiente. En ese sentido, se ha fijado la meta de lograr emisiones netas de carbono cero para el año 2040, lo que representa un hito a alcanzar, una década antes de lo establecido en el Acuerdo de París sobre el Clima, lo que demuestra su compromiso con la sostenibilidad y el objetivo de reducir al máximo su huella de carbono.

Adicionalmente, Amazon también intenta que sus clientes formen parte de este cambio sostenible y se encarga de ofrecerles opciones de productos más sostenibles. Realmente, los clientes desean productos que se alineen con sus valores, incluida la sostenibilidad y es por ello que su programa Climate Pledge Friendly (CPF) ayuda a los clientes a identificar productos en su página web que han sido evaluados por uno o más certificadores de sostenibilidad de confianza, así como por ellos mismos. En 2022, duplicaron más que el número de productos CPF disponibles y hoy en día, los clientes pueden comprar entre más de 550,000 productos CPF. En el mismo año, enviaron más de 800 millones de productos certificados CPF y el programa ahora incluye más de 50 certificaciones.

Bowen (2023), explica que Amazon ha dado un paso significativo hacia la descarbonización de su red de transporte, al utilizar el primer barco de carga con capacidad de emisiones cero, en septiembre del 2023. Esta iniciativa, liderada por el equipo Global Mile, se lleva a cabo en colaboración con la empresa de envíos y logística Maersk, con el objetivo de transportar productos de Amazon utilizando metanol, un combustible que produce menos emisiones de gases de efecto invernadero. El *Laura Maersk*, reconocido como el primer barco alimentado con metanol en la historia de la empresa Maersk, ha llevado a cabo su viaje inaugural, transportando contenedores de envío de Amazon desde Shanghai hasta Rotterdam.

Bajo este contexto, resulta pertinente analizar el progreso significativo que se está llevando a cabo en la descarbonización del transporte marítimo. Esta transformación es crucial en el contexto actual de la lucha contra el cambio climático, ya que el transporte marítimo es una de las fuentes significativas de emisiones de gases de efecto invernadero, a nivel global. Con el aumento de la conciencia sobre la urgencia de reducir estas emisiones y mitigar el impacto ambiental, se están implementando medidas innovadoras y sostenibles para avanzar hacia un transporte marítimo más limpio y eficiente.

Este avance en la descarbonización del transporte marítimo no solo representa un paso hacia un futuro más sostenible, sino que también demuestra el compromiso de la industria y los actores clave, en la mitigación del cambio climático y la protección del medio ambiente marino.

Por otra parte, Amazon está dando sus primeros pasos en la inversión de la tecnología de captura directa de aire (DAC), una herramienta vital en la batalla contra el cambio climático. La captura directa de aire (DAC), es una técnica innovadora que consiste en extraer dióxido de carbono directamente del aire, lo que contribuye, significativamente, a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Para impulsar el desarrollo y la implementación de soluciones en este campo, Amazon está adquiriendo créditos de eliminación de carbono de 1PointFive e invirtiendo en CarbonCapture Inc.

Estas inversiones buscan fomentar la investigación y el desarrollo de tecnologías más eficientes y accesibles para la captura y almacenamiento de carbono, como parte de los esfuerzos de la empresa por combatir el cambio climático y alcanzar sus objetivos de sostenibilidad. Bajo esa misma premisa, se puede estudiar que, Amazon está también respaldando la implementación, a gran escala, de la tecnología DAC al comprometerse a adquirir 250,000 toneladas métricas de eliminación de carbono, durante un período de 10 años de STRATOS, la primera planta DAC de 1PointFive. Esta cantidad equivale al carbono almacenado de forma natural, en más de 290,000 acres de bosques estadounidenses.

El carbono capturado, según este acuerdo, será almacenado en el subsuelo profundo en acuíferos salinos, que son extensas formaciones geológicas rocosas saturadas de agua salada. Grove (2021), explica que el almacenamiento geológico del dióxido de carbono capturado puede desempeñar un papel crucial en la transición hacia un nivel cero de emisiones, al permitir la retención permanente de emisiones significativas de activos existentes en sectores difíciles de reducir. Este método de almacenamiento garantiza la seguridad y eficacia del carbono almacenado, ya que los acuíferos salinos proporcionan una capa protectora natural que lo mantiene aislado del entorno y evita su liberación a la atmósfera.

Estas nuevas inversiones representan un paso significativo en la expansión de la estrategia de sostenibilidad de Amazon. Al integrar la captura directa de aire (DAC) como un componente clave, la compañía demuestra su compromiso con la innovación tecnológica para abordar el cambio climático. Además de la DAC, Amazon continuará desarrollando y fortaleciendo soluciones basadas en la naturaleza, como la conservación y restauración de bosques. Esta combinación de enfoques ofrece un enfoque integral y multifacético para reducir las emisiones de carbono y mitigar el impacto ambiental de las operaciones de la empresa.

Además, el Fondo Climate Pledge de Amazon está invirtiendo en CarbonCapture Inc., una empresa de tecnología climática reconocida por sus innovadores sistemas DAC modulares. Estos sistemas están diseñados para ser fácilmente actualizados con el tiempo con sorbentes de próxima generación, los materiales fundamentales responsables de filtrar el CO₂ de la atmósfera, lo que facilita reducciones de costos, impulsadas por los rápidos avances en ciencia de materiales.

CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO

Según Tesis y Másters (s.f), el Marco Metodológico de la tesis es el conjunto de técnicas y procedimientos que se emplean para formular las hipótesis, resolver problemas y llevar a cabo la investigación. Es decir, que en él se explica la metodología con la que se llevará a cabo el proyecto de investigación.

Por consiguiente, se puede definir que el marco metodológico constituye una sección esencial de los proyectos de investigación, donde se describen los enfoques de análisis utilizados para abordar el tema de estudio. En otras palabras, este apartado expone los métodos de investigación empleados y cómo se seleccionaron entre las diversas aproximaciones metodológicas disponibles.

3.1 ENFOQUE

3.1.1. ENFOQUE CUALITATIVO

Según Hernández et al. (2014), la investigación cualitativa se enfoca en entender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito de examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. (p.358)

Los mismos autores mencionan que, el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (p.7)

Esta investigación se llevará a cabo mediante una investigación cualitativa exhaustiva, que incluirá diversos puntos con el fin de poder llegar a un análisis que nos permita entender el e-commerce en empresas multinacionales como Amazon y como se está aplicando el ODS 12, para ello se tomará en cuenta lo siguiente:

Una revisión del ODS 12 donde se llevará a cabo una investigación completa relacionada con la sostenibilidad en el e-commerce, con el fin de entender el enfoque de Amazon hacia la sostenibilidad y el Objetivos de Desarrollo Sostenible 12. Además, se hará estudio de caso de Amazon de forma detallada, sobre las prácticas de sostenibilidad de Amazon, examinando informes anuales, declaraciones de sostenibilidad y otras fuentes disponibles.

Adicionalmente, se harán entrevistas con expertos y partes interesadas de la compañía, para obtener una comprensión de la contribución de Amazon al ODS #12. Con esto, se realizará un análisis de contenido de los datos cualitativos recopilados de las fuentes anteriores, para identificar patrones, tendencias y desafíos en la aplicación del ODS #12 por parte de Amazon.

Dado este contexto, se espera que obtener una comprensión profunda de cómo una empresa multinacional de e-commerce como Amazon ha abordado el Objetivo de Desarrollo Sostenible #12, durante el período 2018-2023. Es decir, los resultados de esta investigación contribuirán al conocimiento sobre sostenibilidad en el e-commerce, promoviendo la producción y el consumo responsables.

3.2 DISEÑO

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el diseño de estudio se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea, con el fin de responder al planteamiento del problema. El Diseño es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento. (p.128)

Es decir, el diseño de la investigación cumple un papel crucial al actuar como una guía esencial que orienta de manera, sistemática y eficaz, la recopilación de datos. Su función principal consiste en establecer una estructura metodológica sólida, delineando, con claridad, la ruta a seguir, a lo largo de todo el proceso de investigación.

Según los autores, en sus explicaciones, destacan la importancia de este diseño al establecer el marco metodológico de la investigación. En este contexto, el diseño se enfoca en aspectos específicos que facilitarán la identificación de datos pertinentes al examinar las fuentes disponibles. Esto implica la selección de métodos de recopilación de datos, la determinación de la población o muestra a estudiar y la planificación de estrategias para analizar los resultados.

El diseño de la investigación se convierte en una herramienta fundamental para recopilar la información necesaria de manera efectiva. Se centra en aspectos específicos que facilitarán la identificación de datos relevantes al examinar las fuentes disponibles. Esto puede incluir la selección de métodos de recopilación de datos, la determinación de la población o muestra a estudiar y la planificación de las estrategias para analizar los resultados.

En el contexto de esta investigación, se adopta un enfoque no experimental. En estudios no experimentales, no se lleva a cabo una manipulación intencionada de variables ni se realiza una asignación aleatoria de participantes. En lugar de ello, se observan los fenómenos, tal como ocurren naturalmente en su entorno, para posteriormente analizarlos.

La adopción de un enfoque no experimental dentro de esta investigación posibilita la comprensión de la realidad de forma más auténtica, ya que evita intervenciones artificiales que pudieran sesgar los resultados. Lo anterior sucede debido a que, al no realizar manipulaciones intencionadas de variables ni asignar, aleatoriamente, a los participantes, se favorece la observación de los fenómenos, en su entorno natural.

3.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

De acuerdo con Avello (2018), se entiende por fuentes de información a todos aquellos recursos que sirven para satisfacer las necesidades informativas de cualquier persona, aunque no se hayan creado con este fin. Es decir, las fuentes de información se refieren a todos los recursos que proveen la información necesaria para comprender una situación o resolver un problema específico y que más tarde se utilizarán para alcanzar los objetivos previstos.

Según Ubaldo y Acosta (2008), la validez en la toma de decisiones, depende de la calidad de la información con la que se cuenta, en ese sentido es necesario que la recolección de la información se realice a partir de fuentes de datos confiables. Así las cosas, para el desarrollo de esta investigación, se consultaron dos fuentes de información, fuentes primarias y secundarias.

3.3.1. FUENTES PRIMARIAS

Según Coll (2021), las fuentes primarias contienen información que no ha sido alterada, interpretada o analizada por otros autores, sino que es del propio autor. En otras palabras, se trata de información que se mantiene en su forma original desde su creación. Las fuentes primarias utilizadas en la investigación pertenecen a las opiniones, observaciones y aportes proporcionados por las entrevistas dadas por los clientes internos y externos de Amazon.com. y se toma como fuente principal de información.

Se determinó que es fundamental incorporar diversas perspectivas, tanto externas como internas a la empresa, por lo que se ha buscado obtener información constructiva. El proceso de entrevista se compone de una serie de 10 preguntas generales y semiestructuradas, diseñadas para facilitar el desarrollo de la investigación y que permitirán identificar áreas de mejora y analizar el desempeño de Amazon como empresa de e-commerce, con respecto al ODS 12.

La decisión de utilizar fuentes primarias se fundamenta en la necesidad de obtener información directa y sin alteraciones, directamente desde los protagonistas involucrados en la dinámica de Amazon como empresa de e-commerce. Por lo tanto, se busca asegurar que se incorporen diversas perspectivas en aras de obtener una comprensión completa y equilibrada de la situación en estudio.

Estas entrevistas directas, al proporcionar percepciones sin filtros sobre cómo la empresa aborda la producción y el consumo responsables, desempeñan un papel crucial en la recopilación de información. Se busca que este enfoque de entrevistas proporcione una comprensión más profunda y auténtica de la relación de Amazon con el ODS 12, contribuyendo así a una evaluación holística y precisa de la situación.

3.3.2. FUENTES SECUNDARIAS

Según Avello (2018), las fuentes secundarias son una categoría de información que se caracteriza por contener datos organizados y elaborados a partir del análisis, síntesis y reorganización de las fuentes primarias. Este tipo de fuentes a menudo incluye diccionarios, enciclopedias, antologías, directorios, anuarios, bibliografías, catálogos, boletines, obras de referencia y otros recursos similares. Las fuentes secundarias desempeñan un papel fundamental en la investigación, al ofrecer una interpretación y contextualización de la información original.

Dentro de este estudio, se emplean fuentes secundarias con el propósito de complementar y respaldar la información adquirida, mediante las entrevistas directas (fuentes primarias). Estas fuentes secundarias ofrecen una visión más abarcadora y posibilitan la contextualización de los datos obtenidos, estableciendo así, un marco teórico y conceptual robusto para el análisis de la vinculación entre Amazon y el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 12.

Sus funciones principales son respaldar, enriquecer y ofrecer perspectivas adicionales a la información recolectada de fuentes primarias, fortaleciendo así, la base de conocimientos de la investigación. Para lograr lo anteriormente mencionado, las fuentes utilizadas en esta investigación son:

- Publicaciones en internet
- Tesis
- Artículos

Al acudir a este grupo de fuentes, se logra obtener información fundamental y de gran importancia. Además, se recibe información de manera directa, debido a que se recurre a diferentes materiales y documentos elaborados por otros investigadores en el campo de relaciones internacionales, exportaciones, importaciones, e-commerce, entre otras.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Según López (2004), la población se entiende como “el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros”. En la investigación, la población de interés serían trabajadores y compradores de Amazon, se centraría en estas personas, con el objetivo de recabar datos sobre sus vivencias, métodos de negocio y posibilidades vinculados, al ámbito del comercio sostenible.

Consecuentemente, Hernández, Fernández y Baptista (2014), explican que la muestra se entiende como “un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características, al que llamamos población”. (p.175).

En la presente investigación, la muestra consiste en el encargado del centro de distribución más amplio de Amazon de Los Estados Unidos de América, coordinadores de empaques involucrados en la implementación del empaque sostenible en Amazon y comprador directo de Amazon. Se anticipa recopilar los datos fundamentales para enriquecer el análisis de la investigación.

Tabla 1. Entrevistados.

Entrevistado	Puesto	Razón
No. 1	Encargado de centro de distribución	Posibilita adquirir conocimientos directos acerca de su experiencia, habilidades y métodos de embalaje, lo que enriquece la comprensión y apreciación de su labor en el ámbito de los envíos y embalajes sostenibles.
No. 2	Coordinador de empaques	Proporcionará una visión integral de la implementación y los desafíos del empaque sostenible, facilitando la obtención de información esencial acerca de los enfoques y acciones implementadas para fomentar el comercio sostenible.
No. 3	Comprador directo de Amazon	Proporcionará una perspectiva de segunda mano, pero brindando información valiosa sobre los esfuerzos de los compradores y las iniciativas impulsadas para promover el comercio sostenible siendo comprador.

3.5 UNIDAD DE ANÁLISIS

La implementación del ODS #12, en empresas de e-commerce, destacando el caso de Amazon en los Estados Unidos (2018-2023).

3.6 INSTRUMENTOS

De acuerdo con Herrera et al. (2020), sobre los instrumentos de investigación: son actividades que se realizan dentro del proceso de investigación científica; el escogimiento de la técnica de tienen que estar en relación con los objetivos que se pretenden alcanzar, el método de estudio y el tipo de investigación. El diseño de los de los instrumentos de recopilación de la información, para varios autores e investigadores, es la fase medular e importante de la investigación, porque su confiabilidad y validez, permite obtener informaciones veraces y certeras que contribuirán a verificar el cumplimiento de objetivos, comprobar hipótesis, confortar resultados previos, construir nuevos conocimientos y estructurar conclusiones. (p. 435).

Crear un instrumento de investigación no es una tarea simple, demanda un enfoque sistemático, organizado, crítico y reflexivo que respalde la fiabilidad y validez del proceso de recolección de información y datos del tema en estudio. Los instrumentos son fundamentales en una investigación, debido a que desempeñan un papel crucial en la recolección de datos. Estos instrumentos, que pueden ser cuestionarios, entrevistas, observaciones u otros medios, nos permiten recopilar información de manera sistemática y estructurada.

Los instrumentos también nos permiten comparar y analizar datos de manera más sistemática, lo que facilita la identificación de patrones, tendencias y relaciones entre variables. Mediante la formulación de un conjunto particular de interrogantes o indicadores, podemos enfocarnos en los aspectos pertinentes de nuestra investigación y prevenir la omisión de datos significativos.

3.6.1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Según Gómez et al (2014), el trabajo de revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe garantizar la obtención de la información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso. La revisión bibliográfica o estado del arte, corresponde a la descripción detallada de cierto tema o tecnología, pero no incluye la identificación de tendencias que puedan plantear diferentes escenarios sobre el desarrollo de la tecnología en cuestión y que permitan tomar decisiones estratégicas. (p.1)

Dadas estas condiciones, para este estudio se utilizará la revisión bibliográfica, con el fin de crear un análisis exhaustivo de diversos documentos académicos que sean relacionados con el tema principal que se está analizando en la presente investigación. Es decir, implica exponer la información disponible sobre un tema y estructurar ese material, según una perspectiva específica que esté relacionada con el tema principal, con el fin de recopilar y analizar la literatura publicada de varios autores, tanto nacionales como internacionales.

En conclusión, como autora de la revisión, se resumirá y se ofrecerá comentarios sobre las fuentes analizadas. Esto permitirá formular conclusiones sobre la información recopilada que, en el futuro, podría respaldar y explicar los objetivos de la presente investigación.

3.6.2 ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

De acuerdo con Robles (2011), la entrevista, en profundidad, se basa en el seguimiento de un guion de entrevista, en él se plasman todos los tópicos que se desean abordar a lo largo de los encuentros, por lo que previo a la sesión se deben preparar los temas que se discutirán, con el fin de controlar los tiempos, distinguir los temas por importancia y evitar extravíos y dispersiones, por parte del entrevistado. (p.41)

En síntesis, la entrevista a profundidad constituye una herramienta invaluable para adquirir información enriquecedora, tomando en consideración los objetivos de nuestra investigación, con el fin de comprender con profundidad las vivencias y puntos de vista de los participantes en un estudio.

Para esta investigación, la utilización de la entrevista constituirá un pilar fundamental. En general, este instrumento posibilitará una visión integral y minuciosa de las perspectivas individuales y vivencias de los participantes, en relación con el tema de investigación. Es decir, mediante un cuestionario meticulosamente elaborado, se pretende obtener información enriquecedora y perspicaz que complemente los datos adquiridos a través de otras técnicas metodológicas, utilizadas en la presente investigación.

Con este instrumento, se busca capturar percepciones personales que podrían no ser evidentes en el análisis bibliográfico. Es decir, al permitir a los participantes expresar sus puntos de vista de manera más amplia, se espera lograr una comprensión más exhaustiva para descubrir posibles áreas de investigación que podrían haber pasado desapercibidas, proporcionando así nuevas perspectivas al desarrollo actual de la investigación.

3.7 FASES DE RECOLECCIÓN DE INSTRUMENTOS

En el ámbito de la investigación, se entiende que la recolección de instrumentos, según Tesis y Masters (s.f.), se refiere una técnica o instrumento de recolección de datos consiste en una herramienta, de la cual se vale un investigador para obtener información que le permita desarrollar su proyecto investigativo. Su principal función es la extraer o construir datos de primera mano de la población o los fenómenos que se desean conocer. A su vez, deben ser sistemáticos y organizados, característica esencial, estrechamente vinculada con la utilidad y fiabilidad de la información recolectada, para su posterior análisis.

Las fases de recolección de instrumentos resultan vitales en una investigación, puesto que posibilita la adquisición de datos requeridos para analizar y responder a las preguntas formuladas. Consecuentemente, las fases de esta investigación son:

- Selección del tema de investigación
- Ejecución del tema de investigación
- Recolección de datos bibliográficos
- Entrevista a profundidad
- Desarrollo de la información
- Conclusiones y recomendaciones

Basándose en lo mencionado previamente, se hace factible llevar a cabo una investigación respaldada por el conocimiento teórico, a través del análisis de fuentes bibliográficas pertinentes y la realización de entrevistas detalladas. Estos métodos combinados permiten abordar los objetivos de investigación y responder a la pregunta central, planteada sobre las acciones que pueden tomar las empresas de e-commerce como Amazon, con el fin de aplicar el ODS 12 en Los Estados Unidos de América.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), explican que en el análisis de datos cualitativos, el proceso esencial consiste en que recibimos datos no estructurados y los estructuramos e interpretamos. (pag. 460) El análisis de resultados es una etapa crucial en cualquier investigación o proyecto, ya que proporciona una visión detallada de los datos recopilados y permite extraer conclusiones significativas. En esta fase, se examinan y se interpretan los datos obtenidos a través de métodos cualitativos, en el caso de esta investigación, con el objetivo de identificar patrones, tendencias y relaciones, entre las variables estudiadas.

En última instancia, el análisis de resultados proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas y la formulación de recomendaciones basadas en evidencia. Esta exploración profunda y detallada de los resultados brinda una comprensión más completa del problema analizado y permite validar o refutar las hipótesis planteadas inicialmente. Además, el análisis de resultados proporciona perspectivas valiosas que pueden informar futuras investigaciones o acciones en el campo de estudio correspondiente.

4.1. Objetivo del Desarrollo Sostenible # 12: Producción y consumo responsable.

El objetivo de desarrollo sostenible número 12, establecido por las Naciones Unidas, busca promover patrones de producción y consumo responsables a nivel global. Para cumplir con este objetivo, se proponen diversas acciones que abarcan desde la reducción del desperdicio y la implementación de prácticas de reciclaje, hasta el fomento de la eficiencia energética y la promoción de productos sostenibles. Además, se promueve la adopción de prácticas de producción más limpias y responsables, así como el acceso equitativo a información sobre sostenibilidad para los consumidores. Estas acciones se dirigen a mitigar los impactos negativos de la producción y el consumo en el medio ambiente y la sociedad, al tiempo que se promueven modelos más equitativos y sostenibles para el desarrollo económico.

En este contexto, se comprende que para respaldar la información es fundamental realizar un análisis de diversas fuentes de diferentes autores. En este sentido, las referencias bibliográficas se convierten en un instrumento esencial empleado en la investigación académica y científica, permitiendo identificar y acceder a las fuentes utilizadas para fundamentar los argumentos presentados. Las referencias bibliográficas consisten en una lista detallada de las fuentes consultadas y citadas en un trabajo académico, como libros, artículos de revistas, informes técnicos, tesis, sitios web y otros recursos.

La principal tarea de las referencias bibliográficas consiste en ofrecer una lista detallada y precisa de las fuentes consultadas por el autor, permitiendo así, que los lectores puedan acceder a dichas fuentes con facilidad. En conclusión, las referencias bibliográficas ayudan a respaldar la validez y la credibilidad de la investigación, ya que permite verificar la información y seguir la trayectoria de las ideas presentadas. Además, la bibliografía también sirve como una guía para aquellos interesados en profundizar en el tema, proporcionando una lista de lecturas adicionales relevantes.

Los resultados generales del análisis sobre las acciones propuestas para el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible #12, centrado en la producción y el consumo responsable por parte de la Organización de las Naciones Unidas, revelan una variedad de enfoques y estrategias encaminadas hacia la promoción de prácticas sostenibles en la producción y el consumo a nivel global.

Primeramente, la ONU define el desarrollo sostenible como equilibrar las necesidades actuales con la preservación de recursos para el futuro, comprometiéndose con un futuro resiliente y sostenible para las comunidades humanas y el medio ambiente. Esta perspectiva se basa en la interrelación entre el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental. En este contexto, se comprende que promover la sostenibilidad, respaldar un futuro en armonía con el medio ambiente y abogar por un modelo de desarrollo que proteja nuestro planeta, ya no es solo una tendencia adoptada

por instituciones, gobiernos, empresas y ciudadanos, sino que se ha convertido en una necesidad ineludible.

Bajo la misma premisa, el informe de Naciones Unidas (2023), indica que entre 2000 y 2019, el consumo nacional de materiales a nivel global aumentó un 66%, triplicándose desde la década de 1970 y alcanzando los 95,100 millones de toneladas métricas. Para el año 2019, la huella material correspondiente fue de 95,900 millones de toneladas métricas, representando la cantidad de materiales extraídos para satisfacer la demanda de consumo final en un país.

Es así como el Objetivo 12 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), es fundamental en el impulso de modalidades de consumo y producción que perduren en el tiempo, en armonía con el medio ambiente. Esta meta establecida por el ODS 12 es crucial para asegurar la conservación de los recursos disponibles y proteger los medios de vida de las actuales y futuras generaciones. Es decir, lograr la sostenibilidad en el consumo y la producción, implica adoptar prácticas responsables que eviten el agotamiento desmesurado de recursos naturales y que minimicen los impactos ambientales adversos. Es un compromiso integral que requiere acciones concretas y colaborativas para promover un desarrollo equitativo y respetuoso con el entorno.

Para lograr este objetivo, es esencial adoptar un enfoque holístico que involucre a todos los participantes de la cadena de suministro, desde los productores hasta los consumidores finales. Esto implica establecer una colaboración activa y transparente entre todos los actores, con el fin de identificar y abordar los desafíos relacionados con la sostenibilidad, en todas las etapas del proceso. Además, es necesario concienciar y educar a los consumidores sobre la importancia de adoptar prácticas de consumo responsables y estilos de vida sostenibles, proporcionándoles información clara y accesible a través de regulaciones y etiquetado ambiental.

Asimismo, se debe promover, activamente, la contratación pública sostenible, incentivando la adquisición de productos y servicios que cumplan con estándares ambientales y sociales rigurosos. Estas medidas, junto con otras iniciativas innovadoras, son fundamentales para avanzar hacia un modelo de producción y consumo más sostenible y equitativo.

Bajo esas premisas, se logra obtener una visión fundamental del concepto de desarrollo sostenible, según la definición de la ONU. Sin embargo, aunque resalta la importancia de equilibrar las necesidades presentes con la preservación de recursos para el futuro, es importante comprender que realmente no profundiza en los desafíos y contradicciones inherentes a la implementación efectiva de políticas sostenibles en todos los países.

Por ejemplo, no aborda las tensiones entre el crecimiento económico y la protección ambiental, ni las disparidades sociales que pueden surgir al intentar alcanzar un desarrollo sostenible. Además, la afirmación de que promover la sostenibilidad se ha convertido en una necesidad ineludible, merece un análisis más crítico, ya que, aunque existe un creciente reconocimiento de la importancia de la sostenibilidad, aún persisten numerosos obstáculos políticos, económicos y sociales que dificultan su aplicación efectiva a nivel global.

Además, la declaración de que la promoción de la sostenibilidad es ahora inevitable, requiere un análisis más detenido, debido a que, aunque hay una mayor conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad, todavía existen múltiples desafíos políticos, económicos y sociales que dificultan su implementación efectiva en todo el mundo.

Por otra parte, resalta la importancia de una colaboración integral entre los distintos actores involucrados en la cadena de suministro para abordar los desafíos de sostenibilidad. No obstante, vale la pena reflexionar sobre la viabilidad y efectividad de implementar este enfoque en la práctica, porque en la cotidianidad, la coordinación entre

productores, proveedores, distribuidores y consumidores puede ser complicada debido a intereses divergentes, competencia en el mercado y falta de transparencia en las cadenas de suministro.

Además, sensibilizar y educar a los consumidores puede resultar un desafío en una sociedad donde las decisiones de compra son mayormente guiadas por aspectos como el costo y la comodidad, en lugar de tener en cuenta aspectos éticos o ambientales. Es decir, una implementación práctica requerirá un compromiso significativo y la superación de diversos obstáculos, tanto a nivel individual como organizacional.

Asimismo, se puede analizar como una de las acciones propuestas por la ONU para mitigar esta situación, la aplicación del Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles que plantea varios desafíos y cuestiones críticas que deben abordarse de manera reflexiva, debido a que explica que, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, se podrán llevar a cabo diversas acciones favorables para el medio ambiente.

En primer lugar, la idea de que los países desarrollados lideren este esfuerzo plantea interrogantes sobre la equidad y la justicia global, dado que históricamente han sido los principales impulsores del consumo insostenible y la degradación ambiental. Esta dinámica podría perpetuar desequilibrios de poder y limitar la verdadera participación y empoderamiento de los países en desarrollo, en la toma de decisiones, sobre políticas sostenibles que también los incluye. Además, es crucial considerar que el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo son muy heterogéneos, lo que sugiere la necesidad de enfoques adaptados y diferenciados que tengan en cuenta las realidades locales y las desigualdades existentes entre los países, debido a que todos tienen realidades distintas.

Bajo esa premisa, se entiende que la aplicación del Marco Decenal debe ser sensible a las necesidades específicas de cada país y promover un diálogo inclusivo y colaborativo entre todas las naciones, reconociendo la interdependencia y la responsabilidad compartida en la búsqueda de un desarrollo verdaderamente sostenible.

Por otra parte, es importante recalcar que la búsqueda de una gestión sostenible y eficiente de los recursos naturales plantea desafíos y reflexiones fundamentales en el contexto actual. Si bien es crucial evaluar la huella material y promover un uso más eficiente de los recursos, debemos ser conscientes de las limitaciones de estas métricas y de la complejidad de los sistemas naturales. En otras palabras, la simple medición del consumo no proporciona una imagen completa de cómo interactúan las sociedades humanas con el medio ambiente, ya que no tiene en cuenta aspectos cualitativos como la diversidad biológica, la capacidad de los ecosistemas para recuperarse y el impacto en el bienestar humano.

Asimismo, se puede analizar la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida. Si bien es loable el objetivo de abogar por una gestión responsable de productos químicos y desechos, es fundamental reconocer que la implementación efectiva de tales medidas enfrenta numerosos desafíos en muchos países. La reducción significativa de la liberación de sustancias nocivas al medio ambiente, implica una transformación profunda en los sistemas de producción y consumo, lo cual puede resultar complicado, debido a intereses económicos arraigados y la resistencia al cambio, por parte de algunas industrias.

La evaluación de la liberación de desechos perjudiciales puede resultar compleja y costosa, lo que complica la obtención de información precisa y actualizada sobre el estado real de la gestión de productos químicos y desechos a nivel global, lo cual vuelve esta meta aún más compleja. En consecuencia, es imprescindible no solo establecer objetivos ambiciosos, sino también desarrollar estrategias específicas y sistemas de supervisión eficaces, para garantizar que los compromisos internacionales se materialicen en acciones concretas y de importancia tangible, para la preservación de la salud humana y del medio ambiente.

4.2. Los patrones de producción y consumo ante E-commerce.

El reconocimiento de las características y necesidades de la producción y el consumo responsable en los Estados Unidos de América se vuelve imperativo en el contexto del creciente predominio de las tendencias sociales, relacionadas con las compras en línea en la población estadounidense. A medida que el comercio electrónico continúa expandiéndose, surge la necesidad imperiosa de comprender y abordar los impactos medioambientales y sociales asociados con este modelo de consumo.

La producción y el consumo responsables abarcan no solo la consideración de aspectos medioambientales, como la utilización de materiales sostenibles y prácticas de embalaje eco amigables, sino también la atención a temas sociales, como condiciones laborales equitativas y equidad en la cadena de abastecimiento y diversas tendencias sociales. Es por ello que reconocer estas características y necesidades, es fundamental para desarrollar estrategias y políticas que promuevan un comercio electrónico más sostenible y ético en los Estados Unidos.

Nuevamente, se reconoce la importancia de realizar un análisis exhaustivo de una variedad de fuentes provenientes de distintos autores para respaldar la información estudiada. En este sentido, las citas bibliográficas se convierten en una herramienta fundamental empleada en la investigación académica y científica, facilitando la identificación y el acceso a las fuentes utilizadas para sustentar los argumentos presentados.

Las citas bibliográficas representan una relación detallada de las fuentes consultadas y referenciadas en un trabajo académico, abarcando desde libros y artículos de revistas, hasta informes técnicos, tesis y recursos en línea. Su función primordial radica en proporcionar una lista precisa y detallada de las fuentes empleadas por el autor, permitiendo a los lectores acceder a dichos recursos, de manera sencilla.

Como parte de los resultados generales se puede analizar como el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento vertiginoso, transformando, profundamente, los hábitos de consumo de la población estadounidense. En este contexto, resulta imperativo reconocer las características y necesidades inherentes a la producción y el consumo responsables en los Estados Unidos de América.

Este reconocimiento cobra aún más relevancia ante el surgimiento de nuevas tendencias sociales relacionadas con las compras en línea, que han permeado diversos aspectos de la vida cotidiana. En este apartado, se examinarán los hallazgos generales obtenidos tras analizar las dinámicas de producción y consumo, dentro del ámbito del comercio electrónico, con el propósito de profundizar en la comprensión de los desafíos y oportunidades inherentes a esta esfera. Además, se buscará proponer estrategias viables que impulsen un enfoque más ético y sostenible en las transacciones comerciales en línea.

Primeramente, nace la creciente sensibilización de la sociedad, respecto a la relevancia de adoptar prácticas sostenibles y éticas, refleja una comprensión cada vez más profunda de la urgencia de abordar los desafíos ambientales y sociales. Es decir, no solo nace el reconocimiento generalizado de la necesidad de tomar medidas proactivas para reducir los efectos negativos de las actividades humanas en el medio ambiente y la sociedad, sino que se fomenta así, un enfoque más consciente y responsable hacia la producción y el consumo.

En términos generales, los consumidores prominentes en este escenario, son aquellos que buscan incorporar prácticas de vida más sostenibles, en sintonía con la conservación del medio ambiente. Estas personas no solo buscan disminuir el impacto ambiental negativo de sus decisiones de consumo, sino que también buscan generar un impacto positivo. Además, se detectaron numerosas iniciativas que promovieron el avance de la energía sostenible tanto en Estados Unidos. Por ejemplo, la financiación de investigaciones en energías renovables o la firma de acuerdos de colaboración, orientados a la descarbonización.

En este contexto, destaca el parque eólico High Lonesome, un proyecto de considerable envergadura en el ámbito de la energía renovable. Se estima que este parque generará aproximadamente 1.9 teravatios-hora de energía al año, lo que no solo supone una importante contribución al suministro eléctrico, sino que también resultará en la reducción significativa de más de 1.1 millones de toneladas de emisiones de dióxido de carbono anuales.

Además, es importante mencionar el proyecto del parque solar Roadrunner, que está programado para convertirse en el parque solar más grande de EGP, una vez que esté completamente operativo. Este proyecto contará con la instalación de 1.2 millones de paneles solares, los cuales, se espera que generen una impresionante cantidad de 1.2 teravatios-hora de energía anualmente. Esta iniciativa representa un avance significativo en la adopción de energía solar a gran escala y contribuirá, de manera considerable, a la capacidad de generación de energía renovable en la región.

Realmente, la creciente sensibilización de la sociedad sobre la importancia de adoptar prácticas sostenibles y éticas, refleja un cambio positivo en la mentalidad colectiva hacia la urgencia de abordar los desafíos ambientales y sociales. Este reconocimiento más profundo no solo indica una mayor comprensión de la necesidad de tomar medidas proactivas para mitigar los impactos negativos de las actividades humanas en el medio ambiente y la sociedad, sino que también promueve un enfoque más consciente y responsable hacia la producción y el consumo. Sin embargo, a pesar de que lo anteriormente mencionado, suena positivo para el planeta, es importante reconocer que este cambio de actitud aún enfrenta desafíos significativos en términos de implementación efectiva y adopción generalizada, especialmente en un contexto de intereses comerciales y económicos.

Por otra parte, en el contexto de la transición hacia fuentes de energía más sostenibles, proyectos como el parque eólico High Lonesome y el parque solar Roadrunner son ejemplos destacados de avances en el campo de las energías renovables. Es crucial abordar no solo sus beneficios potenciales, sino también

considerar, críticamente, los desafíos y limitaciones asociados con estas iniciativas. Si bien estas iniciativas pueden tener un impacto positivo considerable en la provisión de energía eléctrica y en la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero, es esencial considerar, cuidadosamente, cómo afectarán al entorno ambiental y social de las comunidades locales y los ecosistemas cercanos.

Es decir, la construcción y operación de parques eólicos y solares a gran escala pueden generar preocupaciones sobre la pérdida de hábitat, la fragmentación del paisaje y los conflictos con usos de la tierra existentes. También es crucial atender los asuntos vinculados con la incorporación de estas fuentes de energía intermitentes en la infraestructura eléctrica y asegurar una distribución equitativa de los beneficios económicos, así como la participación de las comunidades locales en las decisiones relacionadas.

En este contexto, es crucial también reflexionar sobre el creciente reconocimiento de la importancia de la producción y el consumo responsables en los Estados Unidos. Este aumento en la conciencia ambiental y social ha generado una necesidad apremiante de abordar estos aspectos de manera integral y prioritaria. Sin embargo, es importante considerar que, si bien existe un segmento significativo de la población, denominado "EcoActivos", que toma decisiones de compra teniendo en cuenta aspectos ambientales y sociales, este grupo no representa la mayoría de los consumidores, en ningún país del globo.

Además, es crucial comprender que, aunque algunos consumidores están dispuestos a modificar sus hábitos de consumo en favor del medio ambiente, muchos otros siguen priorizando la conveniencia y el precio sobre consideraciones éticas o ambientales. Por lo tanto, promover un cambio hacia una producción y un consumo más responsables requiere no solo la participación activa de los consumidores, sino también cambios estructurales en la industria y la regulación gubernamental para hacer que las opciones sostenibles sean más accesibles y atractivas para todos.

Además de resaltar la tendencia hacia la preferencia de productos locales como un indicador del compromiso creciente de los consumidores con la sostenibilidad ambiental, es crucial reconocer el impacto positivo que esto tiene en múltiples aspectos. Al elegir productos elaborados por comunidades locales, los consumidores no solo están reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con el transporte de larga distancia, sino que también están apoyando directamente a la economía local. Esto puede tener efectos beneficiosos en términos de creación de empleo, desarrollo económico y fortalecimiento de la resiliencia de las comunidades ante crisis económicas externas.

Además, al optar por productos locales, los consumidores también pueden fomentar prácticas agrícolas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, ya que las comunidades locales tienden a tener un mayor control sobre los métodos de producción y las prácticas agrícolas utilizadas. Sin embargo, si bien esta preferencia demuestra un cambio positivo hacia prácticas de consumo más sostenibles, también plantea desafíos significativos en términos de accesibilidad y diversidad de productos, especialmente en áreas donde la producción local puede ser limitada o costosa.

4.3. Problemática y consecuencias de la gestión ineficiente de los recursos con respecto a las compras de e-commerce.

La gestión ineficiente de los recursos en los Estados Unidos de América, durante el periodo de 2018-2023, con respecto a las compras de e-commerce, plantea una serie de problemáticas y consecuencias significativas. Esta gestión ineficiente también contribuye a la generación de mayores emisiones de gases de efecto invernadero, debido al transporte y la logística asociados con el comercio electrónico. Además, se observa un impacto negativo en los recursos naturales, como la sobreexplotación de agua y la deforestación para la producción de envases y embalajes.

En el ámbito académico y científico, se reconoce la importancia vital de respaldar la información, mediante un análisis exhaustivo de diversas fuentes provenientes de diferentes autores. En este sentido, las referencias bibliográficas emergen como un recurso esencial que facilita el acceso y la identificación de las fuentes utilizadas para fundamentar los argumentos presentados.

Es por ello que este trabajo comprende una lista detallada y meticulosa de las fuentes consultadas y citadas en diversos trabajos académicos, que abarcan desde libros y artículos de revistas hasta informes técnicos, tesis y sitios web relevantes. Dichas referencias bibliográficas se han encargado de proporcionar a los lectores una guía clara y precisa que les permita acceder a las fuentes mencionadas con facilidad, respaldando así la validez y la credibilidad de la investigación.

En el contexto del crecimiento exponencial del comercio electrónico en los Estados Unidos de América, durante el periodo comprendido entre 2018 y 2023, es imperativo abordar la problemática y las consecuencias derivadas de una gestión ineficiente de los recursos. Esta gestión ineficiente plantea desafíos significativos que impactan, tanto en el ámbito económico, como en el ambiental y social.

Bajo ese contexto se puede analizar la falta de eficiencia en la administración de recursos en el ámbito del comercio electrónico. Lo anterior abarca desde la sobreexplotación de recursos naturales hasta el incremento de residuos y emisiones, debido a que pueden tener impactos significativos en la sostenibilidad a largo plazo. En este sentido, resulta vital examinar detenidamente estos aspectos, con el fin de desarrollar estrategias efectivas que fomenten un consumo más responsable y una gestión más eficiente de los recursos dentro del comercio en línea.

En principio, se considera la problemática del embalaje excesivo debido a que es un fenómeno que refleja una gestión ineficiente en las adquisiciones. Consiste en utilizar envases que van más allá de lo necesario para proteger y presentar el producto. Este problema se manifiesta cuando el tamaño del embalaje es considerablemente mayor que

el del artículo que contiene, a veces llegando incluso a duplicar o triplicar su volumen. Esta práctica conlleva al uso excesivo de materiales de embalaje, como plásticos y cartón, con el fin de asegurar la protección de los productos durante su transporte y almacenamiento, lo cual tiene impactos negativos en el medio ambiente y representa un desperdicio de recursos.

Como resultado de esta situación, se genera una cantidad masiva de desechos plásticos y de cartón, los cuales, debido a su falta de biodegradabilidad, representan una amenaza significativa para el medio ambiente. Estos desechos contribuyen, de manera alarmante, a la contaminación de los océanos, lo cual lugar forma vastas extensiones de basura flotante y microplásticos que amenazan la vida marina y los delicados ecosistemas acuáticos.

Además, no solo los océanos se ven afectados, en entornos urbanos, la acumulación descontrolada de estos materiales degrada el paisaje y también tiene un impacto negativo en la calidad de vida de las comunidades locales, generando problemas estéticos y de salud pública. Esta acumulación desmedida afecta directamente a la fauna silvestre, ya que muchas especies ingieren, accidentalmente, plásticos o quedan atrapadas en desechos, lo que puede resultar en lesiones graves e incluso en la muerte de la fauna.

También, es fundamental destacar el impacto en la huella de carbono generada por las prácticas ineficientes en las compras, a través del comercio electrónico, las cuales no solo generan un desperdicio innecesario de recursos, sino que también tienen repercusiones directas en la huella de carbono de las empresas. Este aumento en la emisión de gases de efecto invernadero contribuye, significativamente, al cambio climático, exacerbando los problemas ambientales globales y afectando negativamente a los ecosistemas naturales y a la biodiversidad.

Además, la acidificación de los océanos que provoca la degradación de los arrecifes de coral, uno de los ecosistemas más diversos y productivos del mundo marino. Estos arrecifes son vitales para la biodiversidad marina, proporcionando refugio y alimento a una amplia variedad de especies. Sin embargo, la acidificación puede debilitar la estructura de los corales y dificultar su capacidad para construir esqueletos de carbonato de calcio, lo que resulta en la pérdida de hábitats y la disminución de la diversidad biológica

Principalmente, se puede analizar la problemática del embalaje excesivo, que realmente revela una preocupación fundamental en la gestión de adquisiciones, donde se evidencia un uso desmedido de materiales de embalaje, en comparación con las necesidades reales de protección y presentación del producto que compran los clientes. Bajo esa premisa, se entiende que, en la práctica, no solo se genera un desperdicio significativo de recursos, especialmente plásticos y cartón, sino que también se contribuye al problema más amplio de la contaminación ambiental y el exceso de residuos por mera negligencia. Además, el embalaje excesivo no solo representa un costo adicional para las empresas y los consumidores, sino que también puede tener un impacto negativo en la eficiencia logística y la sostenibilidad de toda la cadena de suministro.

Además, de la mano con lo anterior, se puede estudiar la elevada huella de carbono que está asociada con las prácticas ineficientes en el comercio electrónico es motivo de seria preocupación, como subraya Greenpeace (2020). Bajo ese contexto, se comprende que la huella de carbono no solo refleja el impacto ambiental negativo de las actividades humanas, sino que también señala una falta de responsabilidad corporativa en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Es importante reconocer que estas emisiones contribuyen, directamente, al cambio climático global, agravando fenómenos como el calentamiento global y sus consecuencias devastadoras para el medio ambiente y las comunidades. Asimismo, la prominencia del dióxido de carbono como el principal gas responsable del calentamiento global, resalta la necesidad urgente de abordar este problema y reducir las emisiones en todas las etapas de la cadena de suministro.

Principalmente, las empresas, incluidas aquellas en el comercio electrónico, tienen la responsabilidad de implementar medidas efectivas para mitigar su huella de carbono, adoptando prácticas más sostenibles y promoviendo la transparencia en sus operaciones. Sin embargo, la inacción o la falta de compromiso, por parte de la empresa, podría tener consecuencias catastróficas para el medio ambiente y las generaciones futuras. Por lo tanto, es crucial que tanto las empresas como los consumidores, reconozcan la importancia de reducir la huella de carbono y tomen medidas concretas para enfrentar este desafío global.

Por otra parte, se puede relacionar todo lo anterior con el deshielo de los glaciares, resultado del aumento de las temperaturas globales debido al cambio climático, tiene repercusiones significativas en múltiples niveles. Este fenómeno no solo contribuye al aumento del nivel del mar, sino que también provoca la pérdida de reservas de agua dulce, esenciales para el abastecimiento de agua potable, la agricultura y la generación de energía hidroeléctrica, en muchas regiones del mundo.

Además, el derretimiento del agua proveniente de los glaciares y que se dirige hacia los océanos, puede perturbar los flujos de corrientes marinas y tener un impacto en el clima de regiones cercanas y distantes. Esto tiene repercusiones directas en la distribución de la lluvia y la temperatura en áreas tanto próximas como distantes. Esta situación supone una amenaza significativa para las comunidades que residen en las costas, ya que están más expuestas a un mayor riesgo de inundaciones, erosión de las playas y salinización de los acuíferos que se encuentran cerca de la costa.

Además de los hábitats costeros mencionados, los ecosistemas litorales también enfrentan la amenaza del aumento del nivel del mar. Este fenómeno puede provocar la pérdida de tierras bajas y la intrusión de agua salada en acuíferos costeros, lo que afecta negativamente a la vegetación y la vida silvestre que dependen de estas áreas para su supervivencia. Adicionalmente a lo anterior, la erosión costera, causada por el aumento del nivel del mar, puede destruir playas y acantilados, lo cual altera el equilibrio natural de estos entornos y afectando las actividades recreativas y económicas asociadas a ellos y que son sustento de diversas comunidades.

Es decir, estos cambios pueden tener repercusiones significativas en las comunidades humanas que dependen de los recursos costeros para su subsistencia y sustento, exacerbando los desafíos socioeconómicos y ambientales en estas regiones específicas.

4.4. El ODS #12 y su relación con respecto a la empresa Amazon como empresa de e-commerce.

El fortalecimiento y avance de las tendencias medioambientales relacionadas con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 12, en los Estados Unidos, especialmente en el contexto de empresas de comercio electrónico como Amazon, evidencian un cambio significativo en la percepción y las prácticas empresariales hacia la sostenibilidad ambiental del mundo. En este sentido, Amazon ha implementado una serie de iniciativas que han estado directamente orientadas a reducir su huella de carbono, por ejemplo, la empresa se ha encargado de promover el uso eficiente de los recursos y fomentar prácticas de producción y consumo responsables.

Las referencias bibliográficas emergen como un recurso esencial que facilita el acceso y la identificación de las fuentes utilizadas para fundamentar los argumentos presentados. Este trabajo ha sido desarrollado por medio de una lista detallada de las fuentes consultadas y citadas en diversos trabajos académicos relacionados al tema principal de este escrito, que incluyen desde libros y artículos de revistas hasta informes

técnicos, tesis y sitios web relevantes, con el fin de garantizar la transparencia y la credibilidad del trabajo y facilitar la verificación y la replicabilidad de los resultados.

Se llevaron a cabo entrevistas con un cliente de Amazon para obtener una perspectiva de primera mano, proporcionando información valiosa sobre los esfuerzos y preferencias de los compradores. También se entrevistó a un coordinador de empaques de Amazon, quien ofreció una visión integral de la implementación y los desafíos del embalaje sostenible. Finalmente, se entrevistó a un encargado de centro de distribución de Amazon para adquirir conocimientos directos sobre su experiencia, habilidades y métodos de embalaje.

En medio de la creciente inquietud a nivel mundial sobre el cambio climático y la preservación del medio ambiente, es crucial analizar la función que tienen las compañías de comercio electrónico, como Amazon, en fomentar comportamientos más conscientes y amigables con el entorno. En este sentido, es esencial analizar cómo Amazon está fortaleciendo y avanzando en las tendencias medioambientales relacionadas con este ODS específico. Este análisis proporcionará una visión más clara de los progresos realizados en este ámbito y también permitirá identificar áreas donde se han conseguido logros favorables para el medio ambiente y los desafíos ambientales actuales.

En tiempos anteriores, cuando surgía una necesidad de adquirir algo, la única alternativa era dirigirse a una tienda física y elegir entre los productos o servicios disponibles en ese lugar. Sin embargo, en la actualidad, gracias al progreso tecnológico, contamos con la capacidad de efectuar estas compras de manera remota, prescindiendo de la necesidad de estar presentes, lo cual ha generado una parte significativa de las transacciones comerciales que se realiza mediante plataformas de comercio electrónico.

Este cambio en el comportamiento del consumidor se atribuye, en gran medida, al desarrollo y la expansión continua de las innovaciones tecnológicas, las cuales han transformado, radicalmente, la manera en que se realizan las compras y han facilitado enormemente el proceso de compra a través del comercio electrónico, también conocido

como e-commerce. Este fenómeno ha generado una transformación significativa en los hábitos de consumo, ofreciendo a los usuarios una experiencia más conveniente y personalizada, a la hora de adquirir productos y servicios.

Bajo ese contexto, Amazon se posiciona como el líder indiscutible en el comercio electrónico de los Estados Unidos, consolidando su dominio en el mercado con una participación que alcanza el 68.9%, correspondientes al año 2021. Esta posición de privilegio se traduce en cifras impresionantes de ventas a través de su canal e-commerce, que ascienden a la notable suma de US\$ 475,000 millones. Este impresionante logro refleja no solo la escala masiva de operaciones de Amazon, sino también su profunda penetración en el mercado y su capacidad para satisfacer las demandas de una amplia base de clientes en línea, interesados en comprar sin salir de casa.

Amazon se ha comprometido con la sostenibilidad del embalaje, teniendo un embalaje que sea adecuado en tamaño, reciclable y que reduzca al mínimo los residuos, así como asegure una entrega segura, la empresa demuestra que está trabajando en la reinversión y simplificación de sus opciones de embalaje sostenible. Este esfuerzo se basa en un enfoque científico que utiliza pruebas de laboratorio, aprendizaje automático, ciencia de materiales y asociaciones de fabricación para promover cambios sostenibles en toda la cadena de suministro de embalajes y poder reducir y prevenir residuos innecesarios.

Con respecto a lo anterior, Karsten Mueller, encargado de centro de distribución de Amazon, menciona en la entrevista, que Amazon ha adoptado diversas estrategias para disminuir los desechos y fomentar el empleo de materiales reciclables en sus empaques. Él nos indica que, anteriormente, se empleaba una política de embalaje uniforme para todos los productos, mientras que ahora se ha implementado una política más personalizada, donde el tipo de embalaje se ajusta al tamaño del producto. Además, se ha optado por enviar algunos productos en su embalaje original, como es el caso de los pañales, lo que contribuye a reducir el uso innecesario de materiales adicionales.

Además, Amazon está trabajando en la implementación de prácticas sostenibles en términos de energía renovable. Su objetivo es abastecer todas sus operaciones utilizando, exclusivamente, fuentes de energía renovable y están encaminados a lograrlo para el año 2025, cinco años antes de lo previsto inicialmente. Esto incluye la implementación de tecnologías innovadoras y la colaboración con empresas especializadas en energía renovable para desarrollar soluciones más eficientes y respetuosas con el medio ambiente.

Finalmente, Amazon se esfuerza por involucrar a sus clientes en la promoción de prácticas más sostenibles al ofrecerles alternativas de productos que se alineen con sus valores, como la sostenibilidad. Su programa Climate Pledge Friendly (CPF), ayuda a los usuarios a identificar productos en su plataforma que han sido evaluados por certificadores de sostenibilidad de confianza, así como por Amazon mismo, en respuesta a la creciente demanda de productos más responsables, por parte de los consumidores.

Desde una perspectiva crítica, el dominio abrumador de Amazon en el mercado del comercio electrónico, plantea preocupaciones significativas sobre la concentración de poder en manos de una sola empresa. Si bien su éxito puede atribuirse, en parte a su capacidad para satisfacer las demandas de los consumidores de manera eficiente y conveniente, también plantea interrogantes sobre la competencia justa y el impacto en la diversidad del mercado. El crecimiento desenfrenado de Amazon presenta desafíos en cuanto al control del mercado y su capacidad para influir en las políticas comerciales y regulaciones. Por tanto, es esencial examinar de manera crítica cómo la dominancia de Amazon en el comercio en línea puede impactar en aspectos como la competencia, la innovación y los derechos de los usuarios, y tomar medidas para promover un entorno digital más justo y variado.

Bajo ese contexto, se puede analizar que, el compromiso de Amazon con la sostenibilidad del embalaje, es un paso positivo hacia la reducción de residuos y la promoción de prácticas más respetuosas con el medio ambiente en la industria del comercio electrónico, que ha sido bastante utilizada en los últimos años. Ahora bien, aunque la empresa está trabajando en la reinención y simplificación de sus opciones de embalaje sostenible, es fundamental que se cuestione hasta qué punto estos esfuerzos son genuinamente efectivos y si abordan, adecuadamente, los desafíos ambientales asociados con el embalaje excesivo y los residuos plásticos que dañan el ambiente.

Bajo esa premisa de embalaje sostenible, Karsten Mueller, señala que estrategias como el programa de selección de embalaje, que considera si el producto ya viene en su propia caja o la destacada presencia de productos sostenibles en los resultados de búsqueda, han tenido un impacto significativo. Desde su perspectiva, confirma que estos enfoques han sido bien recibidos por los clientes, ya que la demanda de tales productos se ha mantenido constante.

Por otra parte, es necesario analizar la transparencia y la rendición de cuentas en cuanto a las prácticas de embalaje de Amazon, es decir, realmente es crucial profundizar en el impacto más amplio que las operaciones de la empresa tienen en la sostenibilidad ambiental y social, a lo largo de su cadena de suministro. Esto implica considerar no solo el embalaje, sino también otros aspectos relevantes, como las condiciones laborales en las instalaciones de fabricación y distribución, el consumo energético, las emisiones de carbono asociadas con el transporte de productos y la gestión de residuos en todos los puntos de la cadena.

Bajo ese contexto, Amazon ha tomado en consideración nuevas rutas de entregas que se consideran más eficientes, sin embargo, aunque pueden reducir la distancia recorrida y el tiempo de viaje de los vehículos, es necesario considerar si estas optimizaciones se traducen en una disminución significativa de las emisiones de carbono y otros impactos ambientales.

Además, es fundamental examinar cómo estas estrategias afectan a los trabajadores de entrega, en términos de condiciones laborales, seguridad y remuneración justa, ya que la presión para cumplir con plazos de entrega más ajustados podría tener consecuencias negativas para su bienestar como trabajadores. Es decir, si bien las empresas de e-commerce como Amazon están tomando medidas para optimizar su logística de transporte, es crucial analizar críticamente su efectividad y sus implicaciones, tanto ambientales como sociales.

Por otra parte, la transición hacia una energía renovable es fundamental para abordar el cambio climático, pero necesario considerar si Amazon está tomando medidas suficientes y efectivas para mitigar su impacto ambiental. Es decir, aunque la empresa ha establecido la meta de alimentar sus operaciones con un 100% de energía renovable para 2025, es esencial examinar si este objetivo es ambicioso, en comparación con el ritmo al que el cambio climático está avanzando y las demandas de la crisis climática.

Además, es importante evaluar y confirmar que las acciones de Amazon en materia de energía renovable, están respaldadas por prácticas sostenibles en otras áreas, como la gestión de residuos, el embalaje y las emisiones de carbono asociadas con sus operaciones logísticas. Sin embargo, es crucial considerar el impacto social de estos proyectos, incluido su efecto en las comunidades locales y los derechos de los pueblos indígenas, así como la transparencia y la rendición de cuentas en la implementación de estos proyectos. Bajo esa premisa, Rana Tamer, coordinadora de empaques de Amazon, confirma que está al tanto de diversas iniciativas que Amazon ha implementado para fomentar la producción y el consumo responsables. Entre estas acciones, destaca la inversión considerable en energía renovable, lo cual incluye la instalación de paneles solares y la participación en proyectos eólicos en diferentes ubicaciones.

Finalmente, la iniciativa de Amazon de ofrecer opciones de productos más sostenibles, a través de su programa Climate Pledge Friendly (CPF), es un paso positivo hacia la promoción de prácticas de consumo más responsables. Sin embargo, aunque brinda a los clientes la oportunidad de elegir productos que se alineen con sus valores ambientales, es fundamental cuestionar si esta iniciativa es suficiente para abordar los desafíos ambientales a gran escala, planteados por la industria del comercio electrónico, considerando que no todos los compradores se enfocan en comprar productos que forman parte del programa CPF. Asimismo, es esencial analizar cómo esta iniciativa impacta en la toma de decisiones de los consumidores y si realmente conduce a un cambio de comportamiento, a largo plazo, hacia hábitos de consumo más sostenibles.

Bajo ese contexto, Rana Tamer, detalla el papel fundamental que Amazon ha desempeñado en la promoción de productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente en su plataforma. Ella indica que se ha implementado un programa denominado Climate Pledge Friendly, el cual se ha puesto a disposición de los consumidores para destacar las opciones que cumplen con criterios ambientales. Además, confirma que, desde su perspectiva como coordinadora de empaques, al observar la cantidad de paquetes que se envían con esta etiqueta eco-friendly, puede confirmar que la respuesta de los consumidores ha sido mayormente favorable.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

Dentro del marco del Objetivo de Desarrollo Sostenible #12, se examina el desempeño y las políticas adoptadas por Amazon, en los Estados Unidos de América. Es decir, se realizará un análisis exhaustivo de cómo Amazon ha enfrentado los retos asociados con la producción responsable, la gestión de recursos y la promoción de un consumo más consciente y sostenible en su amplia plataforma. Es por ello, que en este apartado presentaremos una serie de conclusiones al respecto.

Por otro lado, también se realizarán una serie de recomendaciones fundamentadas en la experiencia adquirida durante este trabajo, con el objetivo de orientar a estas empresas hacia prácticas más sostenibles y responsables en sus operaciones, así como recomendaciones para futuras investigaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

5.1. Conclusiones

Como primera conclusión se pueden analizar las diversas acciones propuestas para alcanzar el Objetivo de Desarrollo Sostenible #12, centradas en la promoción de la producción y el consumo responsables por parte de la Organización de las Naciones Unidas, representan un paso fundamental hacia un futuro más sostenible y equitativo. Estas acciones abordan, directamente, los desafíos globales relacionados con el uso eficiente de recursos, la reducción de residuos y la mitigación del impacto ambiental y social de las actividades industriales y de consumo.

Sin embargo, para lograr resultados significativos, es crucial que los gobiernos, las empresas y la sociedad en conjunto, trabajen de manera colaborativa y comprometida para implementar estas acciones de manera efectiva y monitorear su progreso a lo largo del tiempo. Solo mediante un enfoque integrado y coordinado se puede avanzar hacia un modelo de desarrollo más sostenible que garantice un futuro próspero para las generaciones venideras.

Bajo ese contexto, las empresas de comercio electrónico, como Amazon, tienen la capacidad de implementar una variedad de estrategias para cumplir con el Objetivo de Desarrollo Sostenible #12. En primer lugar, pueden introducir políticas que promuevan el uso de embalajes sostenibles, dando prioridad a materiales reciclables y reduciendo el exceso de embalaje. Además, podrían dedicar recursos a la adopción de tecnologías ecológicas para mejorar la eficiencia logística y disminuir las emisiones de carbono en sus procesos de entrega y distribución. También, podrían continuar la venta de productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente en su plataforma, ofreciendo opciones identificadas como "Climate Pledge Friendly" y alentando la demanda de estos productos entre los consumidores. Por último, podrían establecer incentivos para que sus colaboradores y socios logísticos adopten prácticas más responsables, promoviendo así una cadena de suministro más consciente y amigable con el entorno.

En segundo punto conclusivo, el reconocimiento de las características y necesidades de la producción y consumo responsable, en los Estados Unidos de América, se vuelve cada vez más crucial, especialmente ante el crecimiento del comercio electrónico y las tendencias sociales en la población estadounidense. Este aumento en las compras de e-commerce, representa una oportunidad para fomentar prácticas de consumo sostenible y ético, así como para impulsar la transparencia en la cadena de suministro y la responsabilidad corporativa. Es decir, es crucial que tanto los consumidores como las empresas, asuman su responsabilidad en fomentar un consumo responsable, implementando acciones que pongan énfasis en la calidad, la resistencia y el impacto ambiental y social de los productos y servicios vendidos en línea. De esta forma, se puede llegar a avanzar hacia un modelo de desarrollo económico más justo y sostenible para las actuales y futuras generaciones.

Bajo la premisa de tendencias sociales, Amazon pueden implementar una serie de acciones en línea con el reconocimiento de las características y necesidades del consumo responsable en la población estadounidense, especialmente en el contexto del crecimiento del comercio electrónico y las tendencias sociales. Una de esas acciones podría ser la creación de iniciativas educativas, dirigidas a su clientela para impulsar hábitos de consumo responsables, resaltando la relevancia de seleccionar artículos que sean resistentes, reciclables y producidos de manera ética. Esto colabora en la formación de una mentalidad de consumo más consciente y sustentable.

Como tercera conclusión, la gestión ineficiente de los recursos en los Estados Unidos de América, durante el periodo 2018-2023, especialmente en el contexto de las compras de e-commerce, presenta una problemática significativa con múltiples consecuencias. Esta gestión lleva a un aumento del desperdicio de recursos naturales, como materiales y energía, así como a una mayor generación de residuos y emisiones contaminantes asociadas con la producción, transporte y disposición de productos adquiridos en línea. Es decir, esas prácticas tienen un impacto negativo en el ambiente y contribuyen al cambio climático, la contaminación del aire y del agua, y la degradación de los ecosistemas. Además, la gestión ineficiente de los recursos también puede resultar en costos económicos adicionales, tanto para los consumidores como para las empresas, debido a la pérdida de materiales valiosos y la necesidad de enfrentar los problemas ambientales y de salud pública asociados.

Por lo tanto, es fundamental abordar esta problemática, mediante la implementación de prácticas de consumo y producción más sostenibles y promover la conciencia y la responsabilidad, tanto de los consumidores como de las empresas en la gestión eficiente y responsable de los recursos, durante el proceso de compras de e-commerce. De esta manera, se puede trabajar hacia un modelo de desarrollo económico más equitativo, sostenible y respetuoso con el medio ambiente, para el beneficio de las actuales y futuras generaciones en los Estados Unidos y más allá.

Bajo ese contexto, Amazon puede implementar una serie de acciones alineadas con el reconocimiento de la problemática y las consecuencias de la gestión ineficiente de recursos. La empresa podría resaltar y respaldar productos que sean de larga duración, reciclables y producidos de forma sustentable. Esto puede abarcar la creación de segmentos específicos para productos ecológicos o la identificación especial de aquellos que cumplan con estándares de sostenibilidad específicos y que sean fácilmente identificados por los clientes, a través de su página web.

Como conclusión final, el fortalecimiento y avance de las tendencias medioambientales relacionadas al ODS 12, en los Estados Unidos de América representan una oportunidad significativa para Amazon como empresa de e-commerce. Al abordar los desafíos de la producción y el consumo responsables, Amazon puede no solo cumplir con las expectativas cada vez mayores de los consumidores preocupados por el medio ambiente, sino también liderar el camino hacia un futuro más sostenible.

Es decir, al promover productos duraderos, reciclables y fabricados de manera sostenible, Amazon puede mejorar su reputación como líder en el comercio electrónico y a la vez, contribuir, de manera tangible, a la protección del medio ambiente y al logro de los objetivos del ODS 12. La dedicación de Amazon para fortalecer y promover las tendencias ambientales vinculadas al ODS 12, puede ser un motor fundamental para impulsar el camino hacia un futuro más sostenible, tanto para la compañía como para Estados Unidos y la comunidad global, en su totalidad.

Para lograr lo anterior, Amazon tiene la capacidad de expandir sus esfuerzos educativos, mediante la creación de campañas más amplias y dirigidas a sus clientes. Estas podrían incluir la difusión de información sobre prácticas de consumo responsable, resaltando la importancia de elegir productos que sean sostenibles, tanto en términos de materiales como de procesos de fabricación.

Además, Amazon podría proporcionar recursos educativos y guías prácticas para ayudar a los consumidores a tomar decisiones informadas, sobre cómo reducir el impacto ambiental de sus compras en línea, ya sea a través de la elección de productos con etiquetas ecológicas o mediante la adopción de prácticas como la compra a granel o el uso de embalajes reutilizables.

5.2. Recomendaciones

Con base en el caso emblemático de Amazon en los Estados Unidos de América, durante el periodo del 2018 al 2023, es crucial examinar las recomendaciones específicas para actores clave en la promoción de prácticas sostenibles y éticas. Además, se hace necesario considerar recomendaciones para investigaciones futuras en este ámbito, con el objetivo de seguir mejorando y avanzando en el camino hacia la sostenibilidad en el sector del e-commerce.

Primeramente, al gobierno de Costa Rica, se le recomienda promover políticas y programas destinados a estimular la producción y consumo responsables a nivel nacional. Esto podría abarcar la aplicación de beneficios fiscales para aquellas empresas que opten por prácticas sostenibles, el lanzamiento de campañas educativas para concienciar a la población acerca de la relevancia del consumo consciente y la gestión adecuada de desechos, así como la promoción de la certificación de productos ecológicos y éticos.

Con la finalidad de impulsar un crecimiento económico y social sostenible en Costa Rica, disminuir el impacto ambiental desfavorable de las actividades productivas y mejorar el bienestar de la población, la adopción de acciones para cumplir con el ODS 12, permitiría a Costa Rica consolidar su liderazgo en sostenibilidad a escala global y ejercer influencia como modelo a seguir para otras naciones en la región.

A la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se le recomienda potenciar la colaboración internacional y el intercambio de buenas prácticas en el ámbito de la producción y consumo responsables implica la creación de espacios de cooperación entre naciones para compartir experiencias, tecnologías y recursos financieros destinados a fomentar la sostenibilidad en la cadena de suministro mundial. Esto también implica abordar problemas comunes, como la gestión de residuos y la contaminación.

Seguidamente, al Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica (MINAE), se le recomienda realizar análisis detallados sobre las tendencias de producción y consumo responsable en los Estados Unidos, específicamente, en el campo del comercio electrónico en empresas como Amazon, con el propósito de identificar posibles áreas de aplicación en Costa Rica. Además, se propone la creación de iniciativas de concienciación y educación, dirigidas a los habitantes de Costa Rica, para promover la compra responsable y la elección de productos sostenibles, en conformidad con las tendencias identificadas en los Estados Unidos.

El objetivo de esta recomendación es impulsar un cambio positivo en los patrones de producción y consumo en Costa Rica, promoviendo prácticas más sostenibles y éticas que contribuyan a la protección del medio ambiente y al bienestar de la sociedad costarricense.

A la División de Desarrollo Sostenible (DDS), se le sugiere promover la cooperación internacional entre países, para intercambiar buenas prácticas y experiencias relacionadas con la producción y consumo responsables, facilitando el acceso a recursos y tecnologías que promuevan la sostenibilidad en todo el mundo. El objetivo de esta sugerencia es contribuir al avance hacia un desarrollo global más justo y sustentable, fomentando la adopción de prácticas responsables en la producción y el consumo.

Como tercera recomendación, al Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, se le recomienda abordar, tanto los impactos ambientales como sociales, derivados de estas prácticas de comercio electrónico, así como identificar las oportunidades y desafíos que surgen para Costa Rica en este ámbito.

El objetivo de esta sugerencia es proporcionar al Ministerio de Comercio Exterior conocimientos esenciales sobre las ramificaciones de la gestión ineficiente de recursos en el comercio electrónico, con la finalidad de elaborar políticas y estrategias que impulsen un e-commerce más sostenible y ético en Costa Rica. Al tener una comprensión más profunda de este problema, el gobierno puede implementar acciones preventivas y correctivas para preservar los recursos naturales del país y promover un desarrollo económico sostenible.

Como última recomendación, a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se le sugiere crear un espacio de diálogo y cooperación con empresas de comercio electrónico en América Latina y el Caribe, con el propósito de compartir experiencias, detectar posibilidades de colaboración y elaborar estrategias conjuntas para impulsar un comercio electrónico que sea más sostenible y ético en la región. El objetivo de esta sugerencia es promover la cooperación entre los ámbitos público y privado en América Latina y el Caribe, con el fin de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades vinculadas a la promoción de prácticas sostenibles en el comercio electrónico que ayudan a la economía. Al establecer un diálogo colaborativo y trabajar en conjunto, se pueden idear soluciones más eficaces y ampliables que impulsen el desarrollo sostenible en la región.

A futuras investigaciones, se les recomienda realizar una comparación entre diversas compañías multinacionales de comercio electrónico, utilizando el caso de Amazon en los Estados Unidos como referencia. Este estudio debería analizar las diversas estrategias y enfoques adoptados por estas empresas, en relación con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, con el fin de identificar las mejores

prácticas y lecciones aprendidas que puedan ser útiles en otros contextos, promoviendo el avance hacia un comercio electrónico, más sostenible a nivel mundial.

En conclusión, el análisis detallado de la aplicación del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, en el contexto de las empresas multinacionales de e-commerce, con Amazon, como caso de estudio en los Estados Unidos de América, durante el periodo del 2018 al 2023, revela la importancia crítica de adoptar prácticas de producción y consumo responsables en la era digital. Este análisis pone en evidencia cómo las acciones empresariales pueden influir de manera considerable en el medio ambiente y la sociedad, resaltando la urgencia de desarrollar tácticas que promuevan la sostenibilidad en cada fase de la cadena de suministro y en las elecciones de consumo. En este sentido, es fundamental que las empresas multinacionales de e-commerce y la sociedad asuman un papel proactivo, en la promoción de un comercio electrónico más ético y sostenible.

ANEXOS

ENTREVISTA 1 – Cliente de Amazon - DINORA MURILLO SANCHEZ

1- ¿Sabe cómo ha evolucionado la política de embalaje sostenible de Amazon y qué impacto ha tenido en la reducción de residuos y el uso de materiales reciclables?

Sí, estoy al tanto de la evolución de la política de embalaje sostenible de Amazon. He visto que la empresa ha estado buscando eso de reducir los residuos y poder usar materiales reciclados en los envíos que hacen como cajas y eso. Yo en verdad no sé del impacto, pero creo que si ha ayudado por lo menos a que las personas busquen ese tipo de compras que ayudan al medio ambiente.

2- ¿Qué opina de la medida que ha implementado Amazon sobre prácticas de logística verde para reducir las emisiones de carbono en sus operaciones de entrega y distribución?

Creo que la medida de tener prácticas de logística verde para reducir las emisiones de carbono en las operaciones de entrega y distribución de Amazon es muy positiva para la entrega de los paquetes que uno compra.

3- ¿Cómo ha contribuido Amazon a promover la venta de productos sostenibles y eco-amigables en su plataforma y cuál cree que ha sido la respuesta de los consumidores?

He visto que Amazon ha estado promoviendo la venta de productos sostenibles y amigables con el ambiente en la página web, y los productos están marcados como “Amigable con el ambiente. En lo personal, creo que esta iniciativa tiene una respuesta de los consumidores bastante favorable, porque hay muchos jóvenes que compran y es normal que ese grupo de personas están buscando productos que sean buenos para el medio ambiente.

4- ¿En qué medida ha incentivado Amazon a sus proveedores y socios logísticos para adoptar prácticas más sostenibles?

No sé mucho sobre cómo Amazon ha incentivado a sus socios para ser más sostenibles, pero creo que es importante que la empresa trabaje con todos sus socios para poder tener ese cambio que buscan para ser más amigables con el ambiente.

5- ¿Conoce cuáles son las principales acciones que Amazon ha tomado para promover la producción y el consumo responsables?

Creo que algunas acciones que yo conozco porque he visto en la página web, son como energías limpias, programas de reciclaje y la venta de productos sostenibles que dije antes.

6- ¿Qué información y herramientas proporciona Amazon para ayudar a los clientes a tomar decisiones de compra más responsables desde el punto de vista ambiental?

Creo que lo de marcar el producto como amigable con el ambiente, porque eso lo ayuda a uno a elegir que comprar como los productos que no se prueban en animales, es parecido.

7- ¿Cómo ha influido la política de embalaje sostenible de Amazon en la experiencia de las compras?

Yo realmente me siento bien al saber que la empresa ayuda al medio ambiente y que yo también puedo ayudar cuando compro productos que son enviados con materiales de cajas reciclados.

8- ¿Qué opina sobre el compromiso ambiental de Amazon en comparación con otras empresas de comercio electrónico?

No conozco mucho de otras empresas porque solo compro en Amazon, pero creo que Amazon es admirable por escuchar los clientes jóvenes que quieren ayudar al ambiente.

9- ¿Cuáles planes futuros le recomendaría a Amazon para seguir avanzando en la aplicación de medidas más sostenibles?

A mí me gustaría ver a Amazon dando charlas en escuelas para ayudar al ambiente y que desde pequeños mis hijos, por ejemplo, puedan ver la importancia de cuidar el ambiente.

ENTREVISTA 2- Encargado de centro de distribución – Karsten Mueller

1- ¿Sabe cómo ha evolucionado la política de embalaje sostenible de Amazon y qué impacto ha tenido en la reducción de residuos y el uso de materiales reciclables?

Sí, conozco la evolución de la política de embalaje sostenible de Amazon. Amazon ha implementado varias medidas para reducir los residuos y aumentar el uso de materiales reciclables en los embalajes, antes se utilizaba cualquier tipo de embalaje para cualquier producto, ahora los embalajes dependen del tamaño del producto y muchos se envían con el empaque original, como los pañales.

2- ¿Qué opina de la medida que ha implementado Amazon sobre prácticas de logística verde para reducir las emisiones de carbono en sus operaciones de entrega y distribución?

No sabría cómo responder a esta pregunta, yo soy manager del centro de distribución, pero eso se sale del contexto de entregas que forma parte de Amazon Logistics y otros transportistas como UPS, USPS y otros más que realizan las entregas.

3- ¿Cómo ha contribuido Amazon a promover la venta de productos sostenibles y eco-amigables en su plataforma y cuál cree que ha sido la respuesta de los consumidores?

El programa de selección de empaque cuando el producto ya cuenta con una caja o la priorización de productos sostenibles en los resultados de búsqueda, cuando los clientes van a comprar algún producto han desempeñado un papel importante y personalmente creo que ha sido positiva, ante los clientes pues la demanda de dichos productos se ha mantenido constante.

4- ¿En qué medida ha incentivado Amazon a sus proveedores y socios logísticos para adoptar prácticas más sostenibles?

Desconozco como se han incentivado medidas con proveedores porque los productos que recibimos aquí no especifican el vendedor. Además, de la parte logística tampoco tengo información para brindarte.

5- ¿Conoce cuáles son las principales acciones que Amazon ha tomado para promover la producción y el consumo responsables?

Sí, energía renovable, líneas de productos sostenibles, empaques eco-friendly, son los que tengo en mente ahora.

6- ¿Qué información y herramientas proporciona Amazon para ayudar a los clientes a tomar decisiones de compra más responsables desde el punto de vista ambiental?

Amazon brinda la oportunidad de reconocimiento de productos en la página web y cuando se envían esos productos nos encargamos de que vayan identificados con etiquetas eco-friendly, lo cual brinda información adicional al cliente.

7- ¿Cómo ha influido la política de embalaje sostenible de Amazon en la experiencia de las compras?

Positivamente, se reducen desechos porque usamos el embalaje adecuado.

8- ¿Qué opina sobre el compromiso ambiental de Amazon en comparación con otras empresas de comercio electrónico?

No conozco el proceso de otras empresas de comercio electrónico, pero podría confirmar que Amazon se esfuerza por continuar su compromiso ambiental.

9- ¿Cuáles planes futuros le recomendaría a Amazon para seguir avanzando en la aplicación de medidas más sostenibles?

Yo creería que es mejor seguir mejorando lo que actualmente hacemos en los centros de empaque y distribución. Una vez alcance un 95% de perfección se podría pensar en nuevos planes a futuro para ayudar con el ambiente.

ENTREVISTA 3 - Coordinadora de empaques - Rana Tamer

- 1- ¿Sabe cómo ha evolucionado la política de embalaje sostenible de Amazon y qué impacto ha tenido en la reducción de residuos y el uso de materiales reciclables?

Como coordinadora de empaques, soy muy consciente de la evolución de la política de embalaje sostenible de Amazon. A lo largo de los años trabajando aquí, Amazon ha logrado avances significativos en la reducción de residuos y el aumento del uso de materiales reciclables. De hecho, se han implementado medidas bastante acertadas como el correcto tamaño del embalaje y el uso de materiales ecológicos, que han ayudado positivamente en la minimización del impacto ambiental.

- 2- ¿Qué opina de la medida que ha implementado Amazon sobre prácticas de logística verde para reducir las emisiones de carbono en sus operaciones de entrega y distribución?

Realmente no formo parte de la logística de Amazon y no podría responder a esta pregunta con hechos reales, pero creo que la implementación por parte de Amazon sobre vehículos eléctricos ha ayudado mucho, por lo menos aquí en América (USA).

- 3- ¿Cómo ha contribuido Amazon a promover la venta de productos sostenibles y eco-amigables en su plataforma y cuál cree que ha sido la respuesta de los consumidores?

Amazon ha jugado un papel crucial en la promoción de la venta de productos sostenibles y ecológicos en su plataforma. Existe un programa llamado Climate Pledge Friendly, que ha sido facilitado a los consumidores para que se logre priorizar las opciones ambientalmente responsables. Viendo la cantidad de paquetes que enviamos con sello eco-friendly puedo decir que la respuesta de los consumidores ha sido en gran medida positiva.

- 4- ¿En qué medida ha incentivado Amazon a sus proveedores y socios logísticos para adoptar prácticas más sostenibles?

Nuevamente, de logística desconozco como se han incentivado esta ayuda. Pero por el lado de proveedores, Amazon ha brindado información y se han enviado mass e-mails para adoptar prácticas más sostenibles estableciendo objetivos de sostenibilidad. En estos e-mails se proporcionan recursos y apoyo para poder ir incorporando criterios de sostenibilidad en los contratos con los proveedores.

5- ¿Conoce cuáles son las principales acciones que Amazon ha tomado para promover la producción y el consumo responsables?

Sí, conozco varias acciones principales que Amazon ha tomado para promover la producción y el consumo responsables, podríamos hablar de la inversión en energía renovable y la reducción de los residuos de los empaques que eso se realiza aquí.

6- ¿Qué información y herramientas proporciona Amazon para ayudar a los clientes a tomar decisiones de compra más responsables desde el punto de vista ambiental?

Algo que hacemos directamente aquí, es brindar las etiquetas ecológicas en las cajas, certificaciones de productos e incluso en el sitio web hay información sobre opciones de productos sostenibles.

7- ¿Cómo ha influido la política de embalaje sostenible de Amazon en la experiencia de las compras?

Positivamente, la experiencia de compra que garantiza a los clientes que sus compras se envían de una manera más respetuosa con el medio ambiente ayuda a que seamos una empresa reelegida por primeros comprados, y estos se convierten en comprados fieles.

8- ¿Qué opina sobre el compromiso ambiental de Amazon en comparación con otras empresas de comercio electrónico?

En mi opinión, Amazon ha demostrado un fuerte compromiso medioambiental, podría tomarme el atrevimiento de decir que ha sido más efectivo que en empresas como Ebay o Shein con sus bolsas plásticas.

9- ¿Cuáles planes futuros le recomendaría a Amazon para seguir avanzando en la aplicación de medidas más sostenibles?

Para seguir avanzando en la implementación de medidas más sostenibles, recomendaría que Amazon amplíe su oferta de productos. Además, mejorar la transparencia y la rendición de cuentas en sus esfuerzos de sostenibilidad para que se logre fortalecer aún más el compromiso ambiental de Amazon.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, R. (2023) ESTADÍSTICAS Y DATOS SOBRE AMAZON Y SUS VENTAS
<https://roicos.com/estadisticas-amazon/>

Avello, R. (2018). Las fuentes de información y su evolución
<https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/las-fuentes-deinformacion-y-su-evaluacion/>

CEPAL (2012) Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible - Rio+20
<https://www.cepal.org/es/eventos/conferencia-naciones-unidas-desarrollo-sostenible-rio20>

Coll, F. (2021) Fuente Primaria <https://economipedia.com/definiciones/fuente-primaria.html>

Cordero, M. (2019) El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo.

Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G. y Betancourt-Buitrago, L.(2014) Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49630405022>

Griffiths, M. (2022) Estrategias de e-commerce por medio de un análisis FODA para la empresa Roche Servicios S.A. en la Aurora de Heredia, durante el periodo 2021-2022

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014) Metodología de la investigación

Herrera, C., Granizo, O. y Herrera, M. (2020) IMPORTANCIA DE LAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS EN LA INVESTIGACIÓN JURÍDICA

Jackson, P. (s.f) De Estocolmo a Kyoto:Breve historia del cambio climático <https://www.un.org/es/chronicle/article/de-estocolmo-kyotobreve-historia-del-cambio-climatico#:~:text=La%20Conferencia%20Cient%C3%ADfica%20de%20las%20Naciones%20Unidas%20tambi%C3%A9n%20conocida%20como,acci%C3%B3n%20que%20conten%C3%ADa%20recomendaciones%20para>

Kerautem, V. (2019) Commerce en ligne: CDiscount optimise la taille de ses colis <https://www.leparisien.fr/economie/commerce-en-ligne-cdiscount-optimise-la-taille-de-ses-colis-02-09-2019-8143734.php>

López, P. (2004) POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Merino, P. (2016) Tendencias de mercado y situación del eCommerce en Latinoamérica en 2016 <https://ecommerce-news.es/tendencias-mercado-situacion-del-ecommercelatinoamerica-2016/>

Miranda, U. y Acosta, Z. (2008) FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA

Olvera, Y. (2018) Objetivo 12 de Desarrollo Sostenible: Producción y consumo responsable

Pacto Mundial (2023) Agenda 2030 de la ONU: ¿hacia dónde vamos? <https://www.pactomundial.org/noticia/agenda-2030-de-la-onu-hacia-donde-vamos/#:~:text=2.-,%C2%BFPara%20qu%C3%A9%20es%20la%20Agenda%202030%3F,la%20falta%20de%20desarrollo%20sostenible.>

Pacto Mundial (s.f) ODS 12 Producción y consumo responsables <https://www.pactomundial.org/ods/12-produccion-y-consumo-responsables/#:~:text=El%20ODS%2012%20pretende%20cambiar,disminuir%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20desechos.>

Robles, B. (2011) La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico.

Sánchez, M., Víquez, D., Blanco, J., Quesada, M. y León, A. (2021). Medicamentos falsificados y subestándar. <https://doi.org/10.15517/rmucr.v15i1.46616>

Tesis y Másters (s.f) ¿Qué son los instrumentos de recolección de datos? <https://tesisymasters.mx/instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Tesis y Másters (s.f) ¿Qué es el Marco Metodológico de una Tesis? <https://tesisymasters.com.ar/tesis-marco-metodologico/>

Umaña, J. (2023) Compromiso ambiental de costarricenses se contradice con sus hábitos de compras <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2023/03/30/compromiso-ambiental-costarricenses-se-contradice-sus-habitos-compras>

Universidad de Costa Rica (2019) Costa Rica salda una deuda pendiente: indicadores ambientales ya son de acceso público <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2019/07/04/costa-rica-salda-una-deuda-pendiente-indicadores-ambientales-ya-son-de-acceso-publico.html>

Universidad de Costa Rica (2019) El problema ambiental más grave en Costa Rica es el consumo <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2019/7/16/el-problema-ambiental-mas-grave-en-costa-rica-es-el-consumo.html>

Vega, M. (2022) El impacto del comercio electrónico con el medio ambiente <https://www.sana-commerce.com/es/blog-es/impacto-comercio-electronico-con-el-medio-ambiente/>

World Economic Forum (2020) The Future of the Last-Mile Ecosystem