UNIVERSIDAD EL BOSQUE
Editorial

# CÓMO PROMOVER ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES EN COMUNIDADES URBANO-RURALES



Marcela Rodríguez Beltrán | Viviana Osorno Acosta
María Paula Quintero Reyes | Laura Heidy Mendoza Aguilar
Diana Carolina Páez Moreno (Comp.)



# CÓMO PROMOVER ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES EN COMUNIDADES URBANO-RURALES



UNIVERSIDAD EL BOSQUE
Editorial

*Cómo promover estilos de vida sostenibles en comunidades urbano-rurales*

© Universidad El Bosque
© Editorial Universidad El Bosque

Rectora: María Clara Rangel Galvis
Vicerrector de Investigaciones: Gustavo Silva Carrero

© Diana Carolina Páez Moreno (Compiladora)
© Marcela Rodríguez Beltrán
© Viviana Osorno Acosta
© María Paula Quintero Reyes
© Laura Heidy Mendoza Aguilar

Primera edición: noviembre de 2024

ISBN: 978-958-739-499-3 (digital PDF)
ISBN: 978-958-739-500-6 (digital e-book)

Editor Universidad El Bosque: Miller Alejandro Gallego Cataño

Coordinación editorial: Leidy De Ávila Castro
Corrección de estilo: María Elvira Mejía Pardo
Dirección gráfica y diseño: María Camila Prieto Abello

Vicerrectoría de Investigaciones
Editorial Universidad El Bosque
Av. Cra 9 n.° 131A-02, Bloque A, 6.° piso
+57 (601) 648 9000, ext. 1352
editorial@unbosque.edu.co
https://editorial.unbosque.edu.co

Bogotá D. C., Colombia
Diciembre de 2024

Todos los derechos reservados. Prohíbido la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Universidad El Bosque | Vigilada Mineducación. Reconocimiento como universidad: Resolución 327 del 5 de febrero de 1997, MEN. Reconocimiento de personería jurídica: Resolución 11153 del 4 de agosto de 1978, MEN. Reacreditación institucional de alta calidad: Resolución 13172 del 17 de julio de 2020, MEN.

Esta publicación, resultado de investigación, original e inédita ha sido editada conforme a los parámetros establecidos por el sello Editorial Universidad El Bosque. Ha sido evaluada por pares académicos bajo la modalidad doble ciego y cumple en su totalidad con los criterios de normalización bibliográfica que garantizan su calidad científica y sus aportes al área de conocimiento respectiva.

304.2 R696
Páez Moreno, Diana Carolina

Cómo promover estilos de vida sostenibles en comunidades urbano-rurales / Marcela Rodríguez Beltrán, Viviana Osorno Acosta, María Paula Quintero Reyes, Laura Heidy Mendoza Aguilar ; compiladora Diana Carolina Páez Moreno ; editor Miller Alejandro Gallego Cataño – Primera edición. Bogotá (Colombia): Editorial Universidad El Bosque, Vicerrectoría de Investigaciones, 2024.

146 páginas

ISBN: 9789587394993 (digital PDF)
ISBN: 9789587395006 (digital e-book)

1. Ecología humana – Chía (Colombia) 2. Sostenibilidad – Ecología social 3. Desarrollo sostenible – Comunidad 4. Estilos de vida – Conducta humana 5. Educación del consumidor -- Hábito

I. Rodríguez Beltrán, Marcela II. Osorno Acosta, Viviana III. Quintero Reyes, María Paula IV. Mendoza Aguilar, Laura Heidy V. Páez Moreno, Diana Carolina VI. Gallego Cataño, Miller Alejandro VII. Universidad El Bosque VIII. Vicerrectoría de Investigaciones

Fuente. SCDD 23ª ed. – Universidad El Bosque. Biblioteca Juan Roa Vásquez (mayo de 2025) - LM

UNIVERSIDAD EL BOSQUE
Editorial

# CÓMO PROMOVER ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES EN COMUNIDADES URBANO-RURALES



Marcela Rodríguez Beltrán | Viviana Osorno Acosta
María Paula Quintero Reyes | Laura Heidy Mendoza Aguilar
Diana Carolina Páez Moreno (Comp)


EN
MODO
ACCIÓN
VIVIR SIMPLE,
VIVIR FELIZ

# AGRADECIMIENTOS

A la Universidad El Bosque, a la Personería del Municipio de Chía, a la Junta de Acción Comunal de Tíquiza, a la comunidad del municipio de Chía y a todos los emprendimientos sostenibles que hicieron parte de nuestras actividades.

# CONTENIDO


INTRODUCCIÓN _____ 13

¿QUÉ SON LOS ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES Y POR QUÉ PROMOVERLOS?

1 DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: CÓMO DISEÑAMOS LOS INSTRUMENTOS PARA HACER EL DIAGNÓSTICO _____ 29

**Herramienta 1. Generando nuestra línea base** 35

**Herramienta 2. Profundizando en nuestra línea base** 43

Cómo desarrollamos encuestas y realizamos un grupo focal dentro del marco de un proyecto para la adopción de EVS 43

De la transcripción a la teorización 43

Resultados del diagnóstico - perfil del consumidor promedio de Chía 50

Resultados diagnóstico ATLAS.ti 58

## 2 PROMOVIENDO LA ADOPCIÓN DE EVS EN CHÍA 67

¿Y por dónde empezamos a promover la adopción de EVS? 69
Construcción de contenidos para la promoción de EVS 72
Fortaleciendo la adopción de EVS 76
El proceso de seguimiento y acompañamiento 79

## 3 ADOPCIÓN DE EVS EN CHÍA 89

Nuestra evaluación 90
Encuesta 91
Grupos focales 92
Nuestros resultados 93
Resultados Evaluación ATLAS.ti xx
Resultados para nuestro aliado estratégico - La Personería Municipal de Chía xx

## 4 REFLEXIONES DEL PROCESO Y LECCIONES APRENDIDAS 123

Reflexiones finales 127
Conclusiones 128

REFERENCIAS 135

AUTORAS 141

# ÍNDICE DE TABLAS


Tabla 1. *Información sociodemográfica de la encuesta* 36

Tabla 2. *Pasos para la formulación de la encuesta y los grupos focales* 44

Tabla 3. *Pasos para la sistematización y análisis de datos* 48

Tabla 4. *Perfil del consumidor promedio de Chía por dominio* 62

Tabla 5. *Proceso logístico de los talleres* 70

Tabla 6. *Construcción del contenido de los talleres* 74

Tabla 7. *Perfil potencial consumidor sostenible de Chía* 110

Tabla 8. *Validación de los preceptos de los* EVS 124

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio vivienda* 50
Figura 2. *Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio compras* 52
Figura 3. *Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio movilidad* 54
Figura 4. *Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio alimentación* 55
Figura 5. *Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio ocio* 57
Figura 6. *Diagrama de los cuatro dominios de estilos de vida sostenibles y su relación con las actividades realizadas por los participantes* 59
Figura 7. *Imán de nevera sobre la aplicación de acciones sostenibles* 77
Figura 8. *Afiche para colorear sobre hábitos sostenibles* 78
Figura 9. *Capturas de pantalla del grupo de WhatsApp* 80
Figura 10. *Comparación perfil del consumidor de Chía - Dominio vivienda* 94
Figura 11. *Comparación perfil del consumidor de Chía - Dominio compras* 97
Figura 12. *Comparación perfil del consumidor de Chía - Dominio movilidad* 99
Figura 13. *Comparación perfil del consumidor de Chía - Dominio alimentación* 101
Figura 14. *Comparación perfil del consumidor de Chía - Dominio ocio* 104
Figura 15. *Cambio de perspectiva y dificultades que tuvieron los participantes en la realización de las actividades propias de un* EVS 107



# INTRODUCCIÓN

## ¿QUÉ SON LOS ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES



## y por qué promoverlos?

## ESTE ES UN LIBRO QUE REFLEJA EL COMPROMISO CONTINUO CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE UN MUNICIPIO URBANO RURAL,

## Chía, Cundinamarca

En estas páginas, podrás conocer el diseño e implementación de un proceso pionero liderado por el programa de Ingeniería Ambiental de la Universidad El Bosque, enfocado en la construcción de un futuro más sostenible para la comunidad.

Uno de los puntos fuertes de este proyecto es su enfoque participativo, fundamentado en la metodología de Investigación Acción Participación (IAP) (Martí, 2002). A través de talleres didácticos y grupos focales, exploramos los cinco dominios esenciales que componen los estilos de vida: alimentación, vivienda, movilidad, compras y ocio (Akenji & Chen, 2016). Estos encuentros no solo fueron informativos, sino también transformadores, permitiendo a los miembros de la comunidad de Chía ser agentes activos en el cambio hacia la sostenibilidad.

El objetivo de este libro es presentar los hallazgos de un proceso que promueve la adopción de Estilos de Vida Sostenibles (en adelante EVS), a partir de un diagnóstico de la población y de la implementación de un menú de opciones a través de la creación de espacios dinámicos e interactivos, herramientas didácticas y estrategias de seguimiento. Estas opciones están acordes con los lineamientos de la ONU Medio Ambiente (United Nations Environment Programme & One Abarth, 2018), la inicia-

tiva "*The Anatomy of Action*" (Acaroglu, 2019), que lidera junto a The UN School y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (PNUD, s.f.), proporcionando un marco práctico y accesible para la adopción de estilos de vida sostenibles.

Nuestra experiencia en Chía demuestra que generar alianzas con diferentes actores de la comunidad, en este caso la **Personería de Chía (Entidad de control y vigilancia de la administración municipal y la encargada de proteger y promover los derechos humanos)** y la Junta de Acción Comunal (JAC) de Tíquiza, una de las veredas del municipio, así como el informar y ofrecer alternativas sostenibles de consumo a los diferentes grupos comunitarios, es clave para fomentar la apropiación de un estilo de vida sostenible. Esperamos que este libro no solo contribuya a la comprensión de lo que significa vivir de manera sostenible, sino que también inspire acciones concretas y positivas en su vida cotidiana y en su comunidad.

Queremos que, a través de estas páginas, puedan acompañar un proceso que le apuesta a un presente y futuro más sostenible, donde cada pequeño paso cuenta y cada acción individual contribuye a un cambio colectivo significativo. Pero, antes de iniciar el recorrido de nuestro proceso es importante tener claro nuestro marco de referencia, que ha sido el sustento de nuestras ideas y propuestas, para que puedan tener mayor claridad de lo que logramos.

Desde hace ya algunos años, se ha vuelto cada vez más latente la preocupación por las distintas problemáticas ambientales que como humanidad hemos enfrentado. Algunos ejemplos son la contaminación del agua, aire y suelo, la generación de residuos sólidos y líquidos, y la generación de emisiones de gases efecto invernadero vinculados estrechamente a cambios en los patrones climáticos globales, entre otros (Giglo et al., 2020). Lo que hace que nos preguntemos: ¿Cómo desde nuestras comunidades podemos aportar a la mitigación de estos impactos? ¿Será posible combatirlos con un cambio en los patrones de consumo?

Para entender esta realidad, necesitamos conocer el contexto de las problemáticas que hoy en día evidenciamos de una manera más directa, teniendo en cuenta que, los centros urbanos están asociados con el 60 y el 80 % de todas las emisiones de gases de efecto invernadero, consumen el 75 % de los recursos naturales y representan el 50 % de todos los residuos que se producen (Akenji & Chen, 2016). Para 2050, algunos autores nos dicen que el número de personas que viven en zonas urbanas alcanzarán los 6300 millones, aproximadamente dos tercios de la población mundial.



¿Sabías que, si las tendencias actuales continúan, para 2030 la humanidad necesitará el equivalente a dos Tierras para sostener su demanda de recursos, según algunos expertos? (Akenji & Chen, 2016).

Esto representa grandes retos como, por ejemplo, ¿cómo sostener a una población en crecimiento con unos recursos naturales que son finitos? ¿Cómo soportar un estilo de vida determinado por el consumismo, en un planeta en donde los recursos naturales se contaminan o agotan? Es por tal motivo que se hace necesario el concepto de sostenibilidad. Es importante destacar que, al realizar la búsqueda bibliográfica especializada, descubrimos que la mayor parte de la información se centra en la sostenibilidad de las ciudades, mientras que hay poca referencia a comunidades urbano-rurales, una característica determinante para el municipio de Chía. Esto resalta la relevancia de nuestra investigación, ya que se enfoca específicamente en este tipo de comunidades.

A continuación, explicamos la historia detrás de los EVS, y bueno ¿de dónde surge este concepto? Para esto debemos remontarnos al origen del desarrollo sostenible, que hasta hace algunos años se creía como responsabilidad exclusiva de empresas y gobiernos; pero es precisamente cuando nos incluyen a nosotros, los consumidores, como parte

fundamental de la construcción de sociedades sostenibles, que nacen los EVS como respuesta a la pregunta: ¿qué podemos hacer las personas del común para mitigar los impactos ambientales negativos que generamos y contribuir a la sostenibilidad? Esto es lo que esperamos poder responder a través de estas páginas.

NACEN LOS EVS COMO RESPUESTA A LA PREGUNTA: ¿QUÉ PODEMOS HACER LAS PERSONAS DEL COMÚN PARA MITIGAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES NEGATIVOS QUE GENERAMOS Y CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD?

Entonces, retomando el concepto, este se puede definir como algo que perdura en el tiempo. En ese sentido, lo que se busca es mantener una sociedad acostumbrada a vivir y consumir de determinada forma, con los recursos que esto implica, sin que se ponga en riesgo su disponibilidad a futuro. Es así como surge el concepto de "desarrollo sostenible". Este se definió por primera vez en 1987 en el Informe Bruntdland o "Nuestro Futuro Común" así: "La satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (Brundtland Report, 1987).

Este nuevo modelo de desarrollo planteó una hoja de ruta con fundamentos bajo los cuales se empezaron a regir los países para ejecutar sus planes de desarrollo, pues resultó imperativo un cambio en el paradigma global de que los recursos naturales eran infinitos y que como humanidad podíamos disponer de ellos indefinidamente.

A partir de este concepto, las Naciones Unidas implementaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en el año 2000 para abordar los desafíos globales más inminentes como la pobreza extrema, la desigualdad, avanzar en la lucha contra el VIH y otras enfermedades, una educación básica para todos o asegurar un ambiente sano y seguro, con un plazo de 15 años. Estos objetivos buscaban movilizar esfuerzos internacionales y establecer un marco común para que los países trabajaran juntos en la mejora de

las condiciones de vida de millones de personas, con un enfoque de metas específicas y medibles. Los ODM fueron el primer esfuerzo coordinado para orientar el desarrollo sostenible y reducir las disparidades globales.

Después del balance de resultados de los ODM en el 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas, firmó y aprobó **la Agenda 2030, en la que se consignan 17 objetivos denominados "Objetivos de Desarrollo Sostenible" u ODS,** cuyo propósito es realizar un llamado a la acción a todos los países y gobiernos miembro de las Naciones Unidas con el fin de dirigir esfuerzos, conocimiento, tecnología y recursos financieros para abordar problemáticas relacionadas con tres esferas: social, económica y ecológica. Cada uno de los ODS posee una serie de metas e indicadores que permiten realizar la medición de los impactos de las acciones implementadas. Entendiendo que el desarrollo sostenible no se limita a abordar problemáticas meramente ecológicas, los ODS plantean una visión holística sobre la sostenibilidad, teniendo en cuenta que propenden por resolver problemáticas como el hambre, las desigualdades y la pobreza. Aportando en igual medida a la sostenibilidad ecológica, como lo hace la generación de empleo, la industria y la innovación (PNUD, s.f.).

Dentro del marco de los ODS, uno de los que debe ser transversal a todos los objetivos gubernamentales sin lugar a duda es la educación de calidad, siendo esta fundamental para la creación de conocimientos y competencias en pro de la sostenibilidad. Uno de los indicadores de este ODS invita a la población a adquirir conocimientos que permitan la promoción del desarrollo sostenible como modelo económico, teniendo como premisa que, si se busca el cuidado y la protección de los recursos naturales, es imperativo tener la educación necesaria para concretar esfuerzos y recursos que permitan lograr ese propósito. Es por esto que este indicador se presenta así:

> Para 2030, garantizar que todos los alumnos adquieran los conocimientos y las habilidades necesarios para promover el desarrollo sostenible,

> lo que incluye, entre otros, la educación para el desarrollo sostenible y estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, ciudadanía y valoración de la diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible. (PNUD, s.f.).

Por otra parte, el ODS 12, denominado *Producción y consumo responsable*, también plantea dentro de sus premisas, metas e indicadores, la importancia de la educación para la construcción de consumidores responsables, que con sus acciones y decisiones de compra aporten al cumplimiento de esta agenda global. El indicador se expone de la siguiente forma: "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" (PNUD, s.f.).

Lo anterior demuestra la estrecha relación que existe entre la sostenibilidad y la educación, planteando que, si todos adquirimos los conocimientos necesarios para vivir en armonía con la naturaleza, todas las problemáticas ambientales que se generan a partir de la acción humana se podrían mitigar. De esta premisa nace el concepto de EVS, siendo un término nuevo que plantea la necesidad de cambiar los patrones de consumo de las poblaciones con el fin de reducir las problemáticas ambientales asociadas. Sin embargo, para cambiar dichos patrones, no solo se requiere de la actitud por parte del consumidor, sino que, se necesitan una serie de factores habilitantes que le permitan a las personas poder accionar comportamientos más sostenibles. Akenji y Chen, dos de los autores notables en este nuevo concepto, lo definen así:

Un "estilo de vida sostenible" es un conjunto de hábitos y patrones de comportamiento arraigados en una sociedad y facilitados por instituciones, normas e infraestructuras que enmarcan la elección individual, con el fin de minimizar el uso de recursos naturales y la generación de residuos, al tiempo que apoyan la justicia y la prosperidad para todos. (Akenji & Chen, 2016).

Asimismo, los estilos de vida sostenibles se dividen en cinco dominios específicos, definidos por Akenji y Chen (2016) así:




Hace referencia a lo que comemos, de dónde viene, cómo se produjo, transportó, empacó, consumió y dispuso, y los impactos ambientales asociados a estos procesos. Acciones como por ejemplo el consumo de agua, el uso del suelo, el uso de fertilizantes, la deforestación, los monocultivos, las emisiones de gases efecto invernadero, el transporte, los empaques y el desperdicio, generan impactos como la contaminación de agua, aire y suelo, entre otros.




Hace referencia a los hábitos que tenemos en el hogar, cómo vivimos, dónde vivimos y los impactos ambientales que esto conlleva. Acciones como el consumo de agua y energía, la generación y manejo de residuos, así como los materiales de construcción, generan impactos como la contaminación de agua, suelo, el cambio climático y cambios en el uso del suelo, entre otros.




Hace referencia a cómo nos movemos, los medios de transporte que usamos, la frecuencia y distancia de nuestros viajes y los impactos ambientales que esto conlleva. Impactos como el cambio climático derivado de las emisiones de gases de efecto invernadero.




Hace referencia a todos los productos que consumimos, su tipo, cantidad, materiales, cómo se usan, cómo se disponen y el impacto ambiental que esto conlleva. Acciones como el uso de recursos (agua y energía) y emisiones de gases efecto invernadero relacionadas con los procesos de producción y transporte, su disposición final, entre otros, generan impactos como la contaminación de agua, aire, suelo, reducción de oferta hídrica y alteración a ecosistemas, entre otros.




Hace referencia a la forma en la que pasamos nuestro tiempo libre, nuestra elección de destinos y actividades turísticas y los impactos ambientales que esto conlleva. Acciones como el consumo de energía y la generación de residuos, generan impactos como la contaminación de agua, aire, suelo, y el cambio climático derivado de emisiones de gases efecto invernadero.

Es fundamental tener en cuenta que, como mencionamos anteriormente, no es suficiente con querer tener un EVS. Los consumidores dependemos de ciertos factores habilitantes que nos permitan llevar a cabo dichos comportamientos. Por ejemplo, supongamos que queremos dejar de usar carro particular y usar más la bicicleta, pues es un medio de transporte mucho más sostenible. Esta determinación nos puede genera las siguientes inquietudes: ¿Contamos con la infraestructura suficiente para usar la bicicleta desde nuestra vivienda hasta nuestro destino? ¿Existen suficientes ciclorrutas? ¿Estas ciclorrutas son seguras? ¿Están bien iluminadas? De ahí que, se derivan estos factores determinantes a la hora de acceder a un EVS determinado. Dichos factores, según Akenji y Chen, se dividen en:

1. **Actitudes:** son un conjunto de factores que contribuyen a orientar nuestras acciones de consumo. Determinan nuestras preferencias y elecciones, como la ética, la cultura, las normas sociales y lo que se promueve en redes sociales, entre otros. Estas actitudes direccionan nuestras acciones a consumir de determinada forma y están influenciadas en gran medida por los movimientos y prácticas sociales del lugar en donde vivimos, estudiamos y/o trabajamos.

2. **Facilitadores:** son un conjunto de factores que contribuyen a la posibilidad de que podamos llevar a cabo cierto comportamiento o hábito. Por ejemplo, los precios en el mercado de los productos sostenibles en comparación con productos más contaminantes, nuestro nivel de ingresos y las políticas locales son factores que nos pueden incentivar o que se pueden convertir en una barrera para la adopción de EVS.

3. **Infraestructura:** se refiere a las interfaces socio-ecológicas que soportan las actividades de nuestro consumo. Por ejemplo, la infraestructura física como tiendas o plataformas que ofrezcan productos sostenibles, la infraestructura vial para las bicicletas, la seguridad, los sistemas de provisión y las tecnologías disponibles, entre otros.

Estos factores coinciden con resultados de investigaciones previos que muestran que la adopción de EVS, además de la educación, pueden estar asociados a diversos factores tales como la predisposición que podemos tener hacia la naturaleza, en términos de conexión y responsabilidad individual. También se incluyen experiencias personales, como cambios de vida significativos relacionados con vivir una vida más sencilla, alejados del consumismo (Wemw & Madsen, 2018). Por ejemplo, un estudio llevado a cabo en Alemania demostró que una campaña en pro del cambio de hábitos en la disminución de consumo de plásticos durante la Semana Santa obtuvo resultados positivos, incluso después de esta "ventana de oportunidad" (Heidbreder & Schmitt, 2020). Por otra parte, iniciativas intergubernamentales y políticas, como las COP (Conferencia de las Partes) o el Pacto Verde de la Unión Europea, contribuyen a que logremos la adopción de comportamientos más sostenibles, de una manera más inclusiva y abierta (Carrus, Pirchiob & Tiberios, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario que contemos con el apoyo de gobiernos y empresas, que, con políticas públicas, inversión y desarrollo de nuevos productos, puedan proporcionarnos como consumidores estos factores habilitantes que nos permitan adoptar esos EVS. Finalmente, Akenji y Chen, describen 10 mensajes clave de los EVS que son fundamentales a la hora de crear las estrategias de implementación de proyectos:

- No existe un EVS universal: lo que es sostenible en un lugar puede variar en otro.
- Los estilos de vida son habilitados por normas sociales y el entorno en el que se encuentran las poblaciones: es importante diferenciar entre los factores que pueden ser adoptados a nivel personal o familiar y aquellos que se salen de las manos del individuo.
- Los estilos de vida no son estáticos: cambian con las dinámicas de las sociedades. Las visiones y aspiraciones de vida cambian a medida que su situación personal, la sociedad, los conocimientos, las normas y las tecnologías cambian.
- Las necesidades y deseos están influenciados por el tiempo y la sociedad: a medida que las sociedades evolucionan, o se vuelven más complejas, lo que se considera como necesidades básicas, evolucionan también. Por ejemplo, un celular o un computador se percibían como lujos hace dos décadas, ahora se consideran como una necesidad tanto en temas educativos como laborales.
- Más allá de permitir satisfacer necesidades básicas y vivir dignamente en una sociedad, los aumentos en los ingresos personales no se traducen directamente en felicidad: no se debe asumir que el crecimiento económico se traduce directamente en un aumento en la felicidad y el bienestar de una población.
- Los impactos ambientales asociados a los estilos de vida no son intencionales, más bien, son consecuencia de la obligación de satisfacer necesidades básicas y deseos: los consumidores no necesariamente tienen la intención de contaminar, es la manera en la que la sociedad está organizada la que permite dichos impactos.

- La mayoría de los impactos ambientales de los estilos de vida se pueden abordar centrándose en los cinco dominios mencionados anteriormente: debe abordar los sistemas de valores subyacentes (incluido lo que contribuye al bienestar) y revisar la elección de infraestructura que respalda los estilos de vida.
- El hecho de tener conocimiento sobre el consumo sostenible no necesariamente se traduce en la adopción de hábitos y estilos de vida sostenibles: el conocimiento no se traduce directamente en acciones, esta brecha sugiere que muchas veces, la falta de acceso o de condiciones habilitantes supera el conocimiento y la conciencia ambiental.
- Los enfoques verticales para cambiar los estilos de vida solo tendrán éxito con la participación de la sociedad civil: los enfoques ascendentes, como las innovaciones y los movimientos sociales, son fundamentales para abrir nuevas vías y fomentar la aceptabilidad de soluciones sostenibles.

Foto 1. *Portada del proyecto con aliados estratégicos*




Foto 2. *Lineamientos marco del proyecto*



Foto 3. *Jornada de encuestas en el municipio de Chía con el apoyo de la personería municipal*



# 1



# DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA:



## cómo diseñamos los instrumentos para hacer el diagnóstico

## UNO DE LOS RETOS MÁS GRANDES QUE HEMOS TENIDO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS SOBRE EVS ES ESTABLECER MECANISMOS DE MEDICIÓN

### que nos permitan conocer si realmente se lograron cambios en los comportamientos de la población a mediano y largo plazo

Con el fin de obtener un diagnóstico inicial, tuvimos que partir de conocer y entender los hábitos y comportamientos actuales de la población con la que trabajamos. Lo que no solo nos permitió obtener una visión general sobre qué tipo de acciones o hábitos sostenibles ya han sido implementados por la población objetivo, sino que también pudimos direccionar las estrategias que esperábamos implementar para construir nuevos hábitos sostenibles con base en el contexto. Para tal fin, en este documento y basado en el caso de estudio del municipio de Chía, establecimos diferentes instrumentos que nos permitieron generar una línea base para conocer los estilos de vida actuales de la población, tales como una encuesta cuali-cuantitativa y grupos focales.

**Las encuestas cuali-cuantitativas, que son nuestra herramienta número uno (1), respondieron a una metodología de carácter mixto, utilizada en diferentes estudios de investigación.** Su propósito es, por una parte, obtener datos numéricos que cuantifiquen algunos factores que responden más a métodos de las ciencias de la naturaleza, como el método científico y, por otra parte, la perspectiva cualitativa se asemeja más al estudio de ciencias humanas, brindando una perspectiva más

social que trata de describir de una manera objetiva, las percepciones subjetivas de una población (Borrás et al., 1999).

Este tipo de instrumentos son ampliamente empleados en los estudios de investigación al proporcionar información de una variedad de temas en un mismo cuestionario, facilitándonos el procesamiento de la información al estandarizar las respuestas de manera automática. Es posible, para este tipo de metodologías, que podamos generalizar los resultados, siempre y cuando se encuentren dentro de los límites del diseño muestral (Useche et al., 2019). Como premisa general, para el procesamiento de los datos, concluimos que es imperativo no hacer interpretaciones subjetivas, pues el análisis debe responder únicamente a los resultados numéricos complementados con la información cualitativa (Sánchez et al., 2020).

Dentro de los sesgos y limitaciones que evidenciamos en el desarrollo e implementación de este método, encontramos lo siguiente:



1. **Sesgo de respuesta:** pudimos encontrarnos con la posibilidad de que los encuestados respondieran lo que ellos creían que era aceptable socialmente y no lo que realmente pensaban o hacían (Marsland, 2001). Por ejemplo, en la pregunta de ¿cómo separa los residuos en su hogar?, podríamos encontrar que las personas respondieran que sí realizaban una correcta separación, así no llevaran a cabo esta práctica en sus hogares, dado que era la respuesta socialmente correcta. Para evitar este tipo de sesgo, empleamos preguntas abiertas, con escala Likert y de selección múltiple, que permitieron corroborar los desafíos y obstáculos encontrados para la realización de este tipo de prácticas.



**Calidad de las preguntas:** la capacidad del encuestado de entender las preguntas determinaría la calidad de las respuestas. Por esto, fue importante hacer caso a los términos empleados, pues debíamos ser capaces de aclararlos al encuestado, en caso de ser necesario, con el fin de evitar una respuesta sesgada por falta de conocimiento sobre la terminología empleada (Marsland, 2001). Por tal motivo, buscamos realizar preguntas claras y que pasaron por un proceso de revisión antes de proceder a la implementación.



**Sesgo de selección:** debíamos garantizar que la muestra elegida fuera representativa de la población objeto de estudio (Marsland, 2001), razón por la que la encuesta estuvo abierta a la población del municipio de Chía. Sin embargo, tuvimos que realizar una selección de los encuestados teniendo en cuenta su rango etario y su lugar de residencia, pues necesitábamos lograr la participación de personas de todas las veredas del municipio, así como del casco urbano. Para tal fin, contamos con el apoyo de la Personería del municipio, quién difundió la encuesta entre los grupos de interés de acuerdo a la segmentación requerida.



**Limitaciones de profundidad y complejidad:** así como las encuestas permitieron recopilar una gran cantidad de información por medio de datos cuantitativos y cualitativos, el análisis de las prácticas de consumo de la población podía carecer de profundidad para entender la complejidad de ciertos comportamientos (Marsland, 2001). Es por esto que, las encuestas fueron complementadas con grupos focales, en donde abordamos a profundidad los temas más relevantes y las tendencias más notorias encontradas en la encuesta.

Los grupos focales, si bien no son absolutamente necesarios, son un excelente complemento dada su capacidad de sondear las profundidades de la percepción comunitaria y por su potencial para tejer conexiones significativas entre los individuos y las metas sostenibles que perseguimos. Esta metodología hace parte de las actividades propias de la Investigación Acción Participativa (IAP), definidas como "un proceso de búsqueda de conocimientos sociales y prácticos, con participación de los grupos y de agentes externos (investigador externo), que permite ligar la reflexión teórica con la práctica transformadora de una determinada realidad" (de Hernández, 1991).

**LOS GRUPOS FOCALES, MÁS QUE UN SIMPLE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS, ACTÚAN COMO UN CATALIZADOR QUE TRANSFORMA LA PARTICIPACIÓN PASIVA EN UNA COLABORACIÓN ACTIVA**

Para los grupos focales, se deben seleccionar las personas que representen diferentes grupos sociales en torno a la problemática que se va a discutir, conformando grupos entre 5 a 9 personas, buscando heterogeneidad para que se genere una deliberación entre los participantes. En nuestro caso, se hicieron dos mesas de trabajo con la misma serie de preguntas para obtener un diagnóstico más completo. Nuestra recomendación es que cada grupo debe estar moderado por una o dos personas, quienes serán las encargadas de proponer los temas a tratar de forma objetiva o simulando neutralidad; al tiempo que deben buscar promover la reflexión y discusión, pero interviniendo lo menos posible (Martí, 2002).

En resumen, los grupos focales, más que un simple instrumento de recolección de datos, actúan como un catalizador que transforma la participación pasiva en una colaboración activa (Martí, 2002), lo que permitió que las personas, en este caso los habitantes de Chía; no sólo compartieran sus experiencias y perspectivas, sino que también se convirtieran en cocreadores para la generación de las estrategias.



El propósito de las herramientas de diagnóstico fue el de conocer de primera mano las percepciones de las personas interesadas en un tema particular, y en este caso, pudimos profundizar un poco más en sus hábitos y comportamientos en relación con la forma en la que se divierten (ocio), consumen bienes (compras), utilizan los recursos de casa (vivienda), se desplazan (movilidad) y eligen sus comidas (alimentación).

Por lo tanto, fue importante construir un protocolo, en donde se establecieron los tiempos en cada uno de los pasos a seguir y las preguntas guía, que fueron organizadas de acuerdo con el tipo de dominio de los EVS.

A continuación, vamos a presentar las dos herramientas diagnósticas que empleamos para el caso de Chía, así como nuestra propuesta del proceso, que incluyen una serie de recomendaciones a partir de nuestra experiencia particular.

# HERRAMIENTA 1. GENERANDO NUESTRA LÍNEA BASE

Como punto de partida diseñamos un cuestionario de preguntas cerradas de selección múltiple, divididas en los cinco dominios o pilares que componen los EVS, que son: alimentación, movilidad, ocio, compras y vivienda, también incluimos datos sociodemográficos (es clave conocer los datos básicos de los encuestados). Para la generación de las preguntas construimos una matriz (puede consultarla en el Anexo 1) en donde agrupamos las principales variables de Akenji (Akenji & Chen, 2016), de los lineamientos ONU Medio Ambiente (United Nations Environment Programme & One Abarth, 2018), de la iniciativa "*The Anatomy of Action*" (Acaroglu, 2019) y las acciones de los objetivos para vivir mejor de los ODS (PNUD, s.f.). ¿Las usamos todas? No, hicimos una priorización, basada en el contexto del municipio de Chía y su población.

Una vez priorizadas las variables y construidas las preguntas, hicimos una prueba piloto (Casa Anguita et al., 2003) con el propósito de garantizar que el cuestionario fuera claro para los encuestados, lo que nos permitió realizar algunos ajustes y poder así iniciar con nuestro proceso. Para conocer la cantidad de encuestas necesarias para obtener una muestra representativa de la población, realizamos un estudio estadístico de muestreo aleatorio simple en donde, a partir del número total de la población objeto del estudio, y establecer un nivel de confianza y margen de error **(normalmente los valores para el nivel de confianza rondan el 95 % y se recomienda que el margen de error no sobrepase el 5 %), pudimos determinar el número de personas a encuestar.**

A continuación, mostramos la información sociodemográfica resultado de nuestra investigación:

Tabla 1

*Información sociodemográfica de la encuesta*

| | |
|---|---|
| Universo | 145 752 habitantes del municipio |
| Nivel de confianza | 95 % |
| Margen de error | 4-5 % |
| Muestra | 737 encuestados |
| Género | 59,5 % Femenino<br>40,1 % Masculino<br>0,4 % Ninguno de los dos |
| Edades | 31-40 años: 27 %<br>19-30 años: 21 %<br>5-18 años: 19 %<br>41-50 años: 16 %<br>51-60 años: 9 %<br>Más de 60 años: 8 % |
| Zona de residencia | Casco urbano: 36 %<br>Fonquetá: 19 %<br>Bojacá: 10,4 %<br>Sector Samaria: 7,2 %<br>Sector Mercedes de Calahorra: 4,7 %<br>La Balsa: 4,6 %<br>Tíquiza: 4 %<br>Yerbabuena: 4 % |

Partiendo del contexto de Chía, Cundinamarca, un municipio urbano rural, a continuación, se desglosa la composición general del cuestionario diseñado:

- **Título y objetivo de la encuesta:** se describió el propósito de la herramienta y se puntualizó el fin de la información allí recolectada.
- **Política de tratamiento de datos:** fue fundamental incluirla, ya que brindó confianza al encuestado sobre el adecuado uso y almacenamiento de su información personal.
- **Datos sociodemográficos:**
  - Nombre
  - Género: femenino, masculino, otro
  - Correo electrónico
  - Edad
  - Ocupación



1. **Dominio vivienda.** Se formularon preguntas enfocadas en conocer:

   - Número de personas que viven en el hogar.
   - Zona en la que se reside (haciendo hincapié en si es urbana o rural): **aquí podemos incluir en selección múltiple las localidades o zonas que dividen al municipio o ciudad que queremos intervenir.**

- Las actividades que se realizan en el hogar, profundizando en tres aspectos: ahorro y uso eficiente de la energía, el agua y manejo de residuos (tanto en su generación como en su disposición final).
- Consumo de agua y energía en el hogar: puede ser un indicador pre y pos con el fin de evaluar si gracias a las estrategias implementadas durante el proyecto, hubo una reducción en el consumo del recurso. (El inconveniente es que el consumidor promedio no conoce su consumo, por lo que los datos pueden no ser del todo confiables).



**Dominio compras.** Se formularon preguntas enfocadas en conocer:

- **Criterios que se tienen en cuenta a la hora de realizar una compra:** como precio, calidad, utilidad, antojo, criterios ambientales. Así podremos saber si se incluyen o no, criterios ambientales para la selección de productos o si se desarrollan actividades de compra compulsiva. Aspectos que son importantes a la hora de promover hábitos de consumo responsable.
- **Acciones que se realizan cuando un producto acaba su vida útil:** esta pregunta está enfocada a saber si la población realiza comportamientos como la reparación, la donación y no simplemente disposición final. Preguntamos por productos

como aparatos eléctricos y electrónicos, ropa, accesorios y electrodomésticos, entre otros.

- **Frecuencia de realización de prácticas sostenibles como:** compra de ropa de segunda, trueque, compra de productos locales, revisión de los procesos de producción, compra de plásticos de un solo uso, compra de productos con criterios sostenibles, entre otros. Esto nos permite evidenciar qué tipo de prácticas ya están arraigadas en la población o requieren de motivación o consolidación.



**Dominio movilidad.** Se formularon preguntas enfocadas en conocer:

- **Frecuencia de uso de medios de transporte:** incluir los medios de transporte que ofrece la ciudad o municipio de aplicación (**carro, bicicleta, taxi, bus, moto, metro, etc.**).
- **Razones por las cuales se utilizan los diferentes medios de transporte:** factores como la salud, la distancia, la infraestructura vial, la seguridad y el clima, entre otros. Al hablar de EVS es fundamental que la población tenga las condiciones habilitantes para poder llevar a cabo los hábitos sostenibles, por tal motivo, es necesario conocer la percepción que tiene la población sobre los factores que les permiten o les limitan el acceso a los diferentes medios de transporte disponibles en su ciudad o municipio.



**Dominio alimentación.** Se formularon preguntas enfocadas en conocer:

- **Frecuencia de consumo de diferentes alimentos a la semana:** podemos preguntar por alimentos con un alto impacto ambiental como los productos de origen animal (carne de res, cerdo, pollo, queso, leche), y otros alimentos con menor impacto ambiental como verduras, granos, entre otros. Esta pregunta permitirá dilucidar una dieta promedio del grupo de estudio, para así, saber cómo direccionar las estrategias hacia la adopción de dietas más sostenibles.
- Frecuencia de realización de prácticas como comprar alimentos producidos localmente o importados, orgánicos o procesados. Esto dará un vistazo sobre cómo la población compra sus alimentos.
- **Criterios para la compra de alimentos:** salud, frescura, origen, costo, calidad y sostenibilidad. Esto permitirá saber qué tiene en cuenta la población a la hora de comprar sus alimentos y, asimismo, direccionar estrategias para incluir criterios ambientales.
- **Lugares de compra de alimentos:** establecimientos como restaurantes, supermercados, tiendas de barrio y mercados locales, entre otros, mostrarán si la población compra a agricultores locales o a grandes superficies.



**Dominio ocio.** Se formularon preguntas enfocadas en conocer:

- **Frecuencia de realización de actividades de ocio:** preguntamos las actividades de ocio más comunes según el contexto local de la población objetivo. Es fundamental diferenciar entre actividades que impliquen consumo de energía como ver televisión, navegar en internet, redes sociales, videojuegos y actividades al aire libre como ir a parques, actividades deportivas, compartir con familia y amigos o incluso leer. Así, podemos conocer un vistazo sobre cómo pasa su tiempo libre la población objetivo y así, inculcar mediante las estrategias, actividades de ocio más sostenibles.
- **Turismo:** preguntamos si al momento de viajar se tienen en cuenta criterios ambientales a la hora de transportarse o de conseguir hotel, también si se prefieren actividades al aire libre o en ecosistemas naturales. Aquí es fundamental inculcar mediante el proyecto, una reducción en los impactos ambientales relacionados con el turismo, como la disposición de los residuos sólidos, el uso de plásticos de un solo uso, la alimentación y la visita a lugares naturales, entre otros.

**Es indispensable preguntar siempre y para todos los dominios, acciones propias de la ciudad o municipio a trabajar:** para nuestro caso, se incluyeron preguntas sobre las políticas públicas o la gobernanza del lugar de estudio, lo que permitió conocer la percepción ciudadana sobre el manejo de los espacios y bienes públicos. Preguntamos, por ejemplo, sobre la percepción del estado y la cantidad de ciclorrutas del municipio y sobre la conformidad con las estrategias que el municipio lleva a cabo para mejorar la movilidad. También es importante indagar por la infraestructura existente con respecto a rutas de recolección selectiva de residuos sólidos aprovechables y puntos posconsumo, entre otros. Todo esto con el propósito de dilucidar si en el lugar de estudio existían o no las condiciones habilitantes que nos permitirían fomentar la adopción de EVS.



# HERRAMIENTA 2. PROFUNDIZANDO EN NUESTRA LÍNEA BASE

Al realizar un grupo focal dentro de este contexto, sumergimos a la comunidad en un proceso reflexivo, fomentando una mayor comprensión de cómo se perciben e implementan las prácticas sostenibles en el día a día, lo que permitió identificar tanto los logros como las barreras que enfrentan los participantes en su tránsito hacia un estilo de vida más sostenible. Por lo tanto, la incorporación de grupos focales contribuyó a entender y ampliar las respuestas obtenidas con la primera herramienta, el cuestionario, dado que dentro del ejercicio realizado con los grupos focales; se partió del hecho de que una verdadera transformación hacia la sostenibilidad requiere comprender y valorar las experiencias y los desafíos de aquellos que habitan el espacio que buscamos transformar. Y fue este diálogo, mediante el cual pudimos identificar y construir de manera más amplia, un camino hacia la sostenibilidad, donde cada perspectiva añadió una idea para la comprensión y compromiso con el presente y futuro que debemos desarrollar colectivamente.

## Cómo desarrollamos encuestas y realizamos un grupo focal dentro del marco de un proyecto para la adopción de EVS

Estos fueron los 8 pasos para llevar a cabo la encuesta y los grupos focales, desde su preparación hasta su momento de finalización, incluyendo algunos ejemplos y consejos que consideramos relevantes para una buena aplicación de estas herramientas clave para el desarrollo del proceso:

Tabla 2

*Pasos para la formulación de la encuesta y los grupos focales*

| ¿Cómo fue la aplicación de las herramientas? | Encuestas | Grupos focales |
|---|---|---|
| **Paso 1: Preparación** ¿Cómo nos preparamos para iniciar el diagnóstico? | Diseñamos el cuestionario para conocer las acciones que actualmente realiza nuestra población objetivo y calculamos una muestra estadística del global de nuestra población objetivo, con el fin de obtener resultados que describieran al grueso de la población. **¡Las preguntas fueron claras y sencillas de entender para todo tipo de público!** | Lo primero fue diseñar un protocolo o guía escrita que nos permitió organizar las preguntas clave que queríamos hacer, así como el orden y tiempos para las preguntas. **¡Fue crucial la definición del objetivo de nuestro grupo focal!** |
| **Paso 2: Definición de horarios** ¿Cuándo lo realizamos? | Fue fundamental establecer los mecanismos de difusión de la encuesta, para abarcar la mayor cantidad de público y garantizar el logro de la muestra estadística calculada. Los aliados fueron fundamentales en este punto, ya que, con su colaboración y el uso de medios digitales como el correo electrónico y las redes sociales, logramos tener un mayor alcance. | Fue importante concertar el mejor horario con nuestro grupo objetivo, porque muchas personas trabajan o estudian en horas de la mañana y temprano en la tarde. (**Lo ideal fue programarlo después de las 6:00 p.m. entre semana o en horas de la mañana un sábado**). |
| **Paso 3: Acercamiento inicial y explicación del objetivo del proyecto** ¿Cómo iniciamos la aplicación de la herramienta seleccionada? | Otro mecanismo para cumplir con la meta del desarrollo de las encuestas fue el diálogo voz a voz con la comunidad. Realizamos encuestas en campo, explicando inicialmente el objetivo del proyecto, contando la duración de la encuesta e invitando a las personas a diligenciar en conjunto con los investigadores. | Comenzamos explicando claramente nuestro objetivo, (**ejemplo: "nos reunimos hoy para profundizar en nuestra comprensión de los estilos de vida sostenibles en nuestra comunidad").** En este espacio de intercambio, cada detalle contribuyó a crear un ambiente donde las ideas fluyeron libremente, iniciando con una presentación que conectó a facilitadores y participantes. |

| ¿Cómo fue la aplicación de las herramientas? | Encuestas | Grupos focales |
|---|---|---|
| **Paso 4: Consentimiento informado**<br>Fue clave asegurar que todos quisieran participar y darnos información | En la primera parte de la encuesta se hicieron las preguntas clave sobre el consentimiento informado. Por ejemplo, se mencionó la ley de publicación y manejo de datos (Ley 1581 de 2012). De este modo el participante afirma o no su intención de participar en la encuesta y de que sus datos sean usados en la investigación en curso.<br>**(Adicionalmente, se preguntó a los participantes si querían continuar haciendo parte del proyecto).** | Cada voz en el grupo focal es un eco de experiencias y perspectivas únicas, y su participación consciente y voluntaria es nuestro cimiento. A través del consentimiento informado, establecimos la transparencia y el respeto, mientras que la organización en grupos pequeños propició una dinámica de conversación más rica y personal.<br>**(Los participantes decidieron si querían participar o no y si querían que los investigadores pudieran usar la información para el proyecto).** |
| **Paso 5: Ejemplos de preguntas y respuestas**<br>¿Qué tipo de preguntas empleamos? | Como ya lo mencionamos, fue fundamental que las preguntas se redactaran de forma sencilla y fueran fáciles de entender para cualquier población. En nuestro caso, usamos preguntas de selección múltiple con única respuesta, múltiple respuesta, preguntas abiertas y con escala Likert.<br>**(No utilizamos conceptos que no fueran claros para la comunidad en general, por ejemplo: residuo posconsumo).** | En el corazón del grupo focal, las reglas son puentes para la comunicación auténtica, enfatizando la honestidad y el respeto mutuo. Las preguntas abiertas fueron llaves que abrieron puertas a discusiones significativas, permitiendo a cada participante ser parte de la narrativa colectiva de sostenibilidad.<br>**(Evitamos direccionar las preguntas a una respuesta específica y no hagas preguntas con respuesta Sí o No).** |
| **Paso 6: Documentación de las respuestas**<br>¿Cómo sistematizamos toda la información? | La mejor forma de sistematizar la información de la encuesta fue por medio de herramientas digitales.<br>**¡Las encuestas en papel están mandadas a recoger!**<br>Herramientas como *Google Forms* o *Microsoft Forms*, almacenan las respuestas de manera automática y generan un Excel con toda la información. | Documentar cada sesión brindó la posibilidad de revisitar y analizar las conversaciones con detalle, asegurando que cada perspectiva contribuyera al mosaico completo de nuestra investigación. Este análisis meticuloso desentrañó los hilos temáticos y las corrientes de pensamiento dentro del grupo. |

| ¿Cómo fue la aplicación de las herramientas? | Encuestas | Grupos focales |
|---|---|---|
| **Paso 7: Dinamizando la conversación**<br>¿Cómo ampliamos o mantuvimos entretenida la discusión? | A la hora de hacer encuestas en campo, fue fundamental mantener al público interesado. Por tal motivo, es necesario que el encuestador dinamice la conversación con el encuestado, resuelva sus dudas, responda a sus comentarios y lo motive a realizar toda la encuesta.<br>**Debes ser extrovertido y hablar con las personas, escuchar y motivar es una gran forma de mantener el interés en el encuestado.** | Incorporamos ejemplos reales y preguntas que invitaron a la opinión enriqueciendo la discusión y que permitieron a los participantes explorar y reflexionar sobre sus desafíos personales hacia la sostenibilidad.<br>**(Dimos ejemplos de situaciones que eran tendencia en el momento).** |
| **Paso 7:**<br>**Pausa activa**<br>Fue importante realizar recesos | Para el caso de la encuesta al ser una actividad concreta no se necesitó de pausas activas **(en caso de necesitarse, es mejor replantear el número de preguntas).** | Realizamos una breve pausa para un refrigerio pequeño. **(Tuvimos café disponible en toda la sesión y fue una muy buena idea para conocernos mejor entre todos).** |
| **Paso 8: Cierre**<br>Una pequeña reflexión y un agradecimiento | Al cierre de la encuesta, fue clave agradecer al encuestado por su tiempo, también les recordamos el propósito de la encuesta y el valor de la información proporcionada.<br>**Les contamos que más adelante estaríamos publicando nuestros hallazgos y los invitamos a participar en las actividades del proyecto.** | Cerramos cada grupo focal no solo con un sentido de agradecimiento sino con una evaluación que capturó el impacto y la efectividad de la sesión.<br>**(Siempre dimos las gracias y hablamos un poco con los participantes sobre el desarrollo de la sesión para hacer un proceso de realimentación).** |

## De la Transcripción a la Teorización

Nuestro proceso de análisis tomó en cuenta la Teoría Fundamentada (Strauss & Corbin, 2002) e inició al transcribir fielmente las conversaciones, seguido por la selección de herramientas analíticas adecuadas que nos permitieron visualizar la información y poder entenderla mejor. En nuestro caso, decidimos trabajar con Excel y con un software especializado llamado ATLAS.ti, lo que nos permitió categorizar y examinar la información recopilada tanto de las encuestas como de los grupos focales.

El software ATLAS.ti es una herramienta informática considerada el principal soporte informático para desarrollar la Teoría Fundamentada, dado que permite expresar el sentido circular del análisis cualitativo, incorporando los datos de manera secuencial y permitiendo llevar a cabo el muestreo teórico para realizar el análisis y construir la teoría. ATLAS.ti es un programa que ayuda a organizar información cualitativa para su posterior análisis (San Martín, 2014, p. 114).

Para cualquier caso, se trató de un proceso de codificación y diagramación que reveló patrones y temáticas, sentando las bases para teorías emergentes que reflejaron la realidad de los EVS de la población del municipio de Chía.

Tabla 3

*Pasos para la sistematización y análisis de datos*

| ¿De qué forma sistematizamos y analizamos la información? | Encuestas | Grupos focales |
|---|---|---|
| **Paso 1:**<br>**Manejo de los datos**<br>¿Qué hicimos con toda la información recogida? | Fuimos muy minuciosas a la hora de procesar toda la información, como se recolectaron tantos datos, generamos una hoja de Excel para trabajar cada pregunta por aparte. | Transcribimos el 100 % de la información. (**Se puede hacer escuchando y digitando, pero... ya existe tecnología para eso, y fue lo que hicimos).** |
| **Paso 2:**<br>**Elegir un software de análisis cualitativo**<br>¿Cómo seleccionamos una herramienta de codificación, diagramación y graficación de información? | Para el caso de la encuesta, lo más práctico fue el uso de Excel, lo fundamental fue la organización a la hora de graficar cada respuesta.<br>**¡Importante saber seleccionar el tipo de gráfico! Es clave que sea sencillo de entender.** | Al tener tanta información lo más sencillo fue acudir a la tecnología. Usamos un software especializado, el ATLAS.ti que nos permitió codificar y visualizar la información en gráficas **(puede consultarlas en el Anexo 2 Figura de ATLAS.ti).** |
| **Paso 3:**<br>**Analizar y construir**<br>Este fue el momento de la reflexión | Luego de graficar todas las preguntas, analizamos cada una por separado, al tiempo que buscábamos patrones que nos permitieran construir un perfil del consumidor promedio en nuestro lugar de estudio.<br>**Buscamos vínculos entre acciones, aquí debimos ser muy analíticas para relacionar respuestas en conjunto.** | Buscamos patrones y respuestas comunes para poder analizar y llegar a conclusiones con respecto a las preguntas que hicimos en el grupo focal. |

| ¿De qué forma sistematizamos y analizamos la información? | Encuestas | Grupos focales |
|---|---|---|
| **Paso 4: Interpretación y desarrollo de teorías**<br><br>Y este fue el momento de la discusión | Construimos un perfil del consumidor promedio para los cinco dominios. Para esto nos hicimos preguntas como ¿Existe algún tipo de sensibilización ambiental en la población? ¿Tiene la población objetivos de acciones sostenibles arraigadas? ¿Cómo separa sus residuos la población? **Complementamos nuestro análisis de lo encontrado con los grupos focales para construir una visión más específica sobre los patrones de consumo de la población.** | Analizamos los diagramas y categorías para obtener una comprensión profunda de los datos y discutimos sobre cómo estos resultados se relacionaban con los objetivos de nuestro estudio.<br>Utilizamos nuestros hallazgos para construir patrones que explicaran los estilos de vida dentro del contexto estudio.<br>**(Lo visual siempre ha sido buena idea para entender las cosas).** |
| **Paso 5: Documentación y presentación de resultados**<br><br>¿Cómo comunicamos nuestros hallazgos? | Realizamos un informe de nuestros resultados, así como una presentación dinámica de los patrones encontrados, en la que mostramos las gráficas más representativas para cualquier persona o entidad interesada en revisar nuestros hallazgos. | Escribimos un informe detallado que incluyó cómo realizamos el análisis, los diagramas creados y las conclusiones a las que llegamos.<br>Presentamos nuestros resultados de una manera clara y sencilla para nuestro público objetivo, mostrando cómo los hallazgos pueden aplicarse en el contexto de la sostenibilidad. |

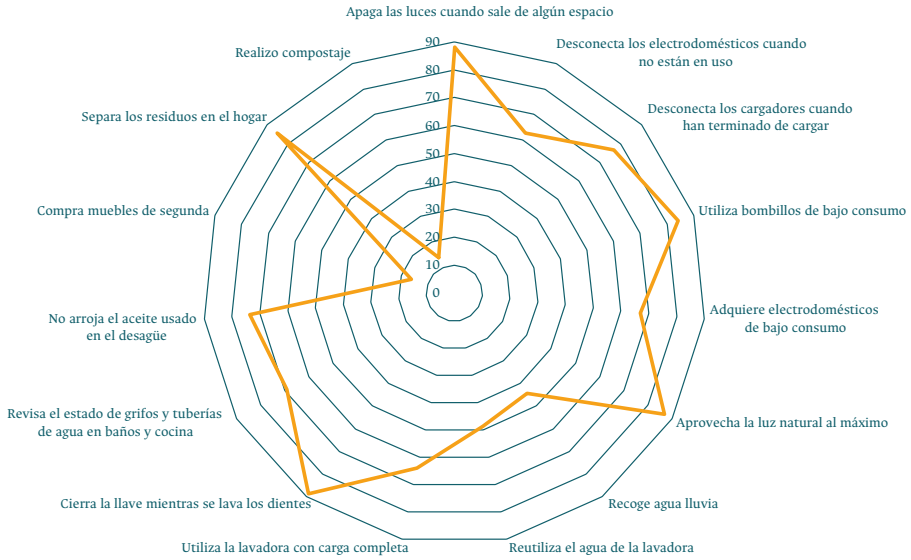
## Resultados del diagnóstico
## Perfil del consumidor promedio de Chía

Los principales resultados de la aplicación de las herramientas diagnósticas nos brindaron las bases para construir un perfil sostenible del consumidor promedio del municipio de Chía, a continuación, presentaremos las tendencias y patrones que encontramos al analizar los datos recolectados por medio de las encuestas y los grupos focales.

Para el caso de las encuestas mostraremos los resultados por dominio, lo que nos permitió hacer una construcción del perfil del habitante del municipio de Chía, basado en los hábitos de consumo que se enmarcan en las principales variables de Akenji, los lineamientos de ONU Medio Ambiente, la iniciativa de Anatomy of Action y las acciones de los objetivos para vivir mejor de los ODS.

Figura 1

*Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio vivienda*

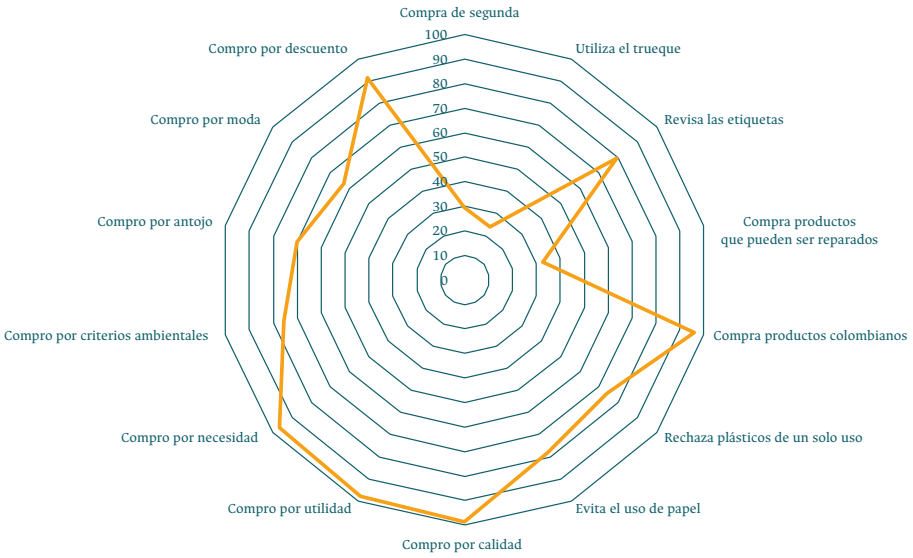


**Son diversas las acciones que podemos llevar a cabo en nuestros hogares dentro del marco de los EVS,** y lo que esta figura refleja es que existen algunos comportamientos muy arraigados y que suelen responder a conocimientos y hábitos previos, mientras que otros que se realizan en menor medida, tienden a evidenciar cierta sensibilidad hacia lo ambiental (Wemw & Madsen, 2018). Finalmente, hay acciones sostenibles que son poco realizadas por la población, muchas veces por desconocimiento o por presentar un mayor grado de dificultad, y que sirvieron de base para la creación de los contenidos de divulgación que presentaremos más adelante.

- **Comportamientos realizados en mayor medida (más del 70 % de la población):** apagar las luces cuando sale de algún espacio, cerrar la llave mientras se lava manos o dientes, aprovecha la luz natural, no arrojar el aceite usado por el desagüe, utiliza bombillas de bajo consumo y separa sus residuos.
- **Comportamientos realizados ocasionalmente (entre el 40-70 % de la población):** desconecta los cargadores de los dispositivos cuando han terminado de cargar, desconectar los electrodomésticos cuando no están en uso, revisa el estado de grifos y tubería, utiliza la lavadora con carga completa y adquiere electrodomésticos de bajo consumo.
- **Comportamientos para reforzar (menos del 40 % de la población):** comprar muebles de segunda, reutilizar agua de la lavadora, realizar compostaje en casa y recoger agua lluvia.

Figura 2

*Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio vivienda*




Las compras son, sin duda, una actividad esencial para satisfacer nuestras necesidades básicas. No obstante, el problema surge cuando adquirimos productos que en realidad no necesitamos, lo que nos lleva a un "aumento permanente en el volumen y la intensidad de los deseos, produciendo una interminable fila de productos diseñados para ser desechados y reemplazados" (Lara & Colín, 2007). Un ejemplo de ello es SHEIN, la popular marca china de moda rápida que opera exclusivamente en línea, la cual alcanzó más de 261 millones de descargas de su aplicación a nivel mundial en 2023 (Statista, 2024).

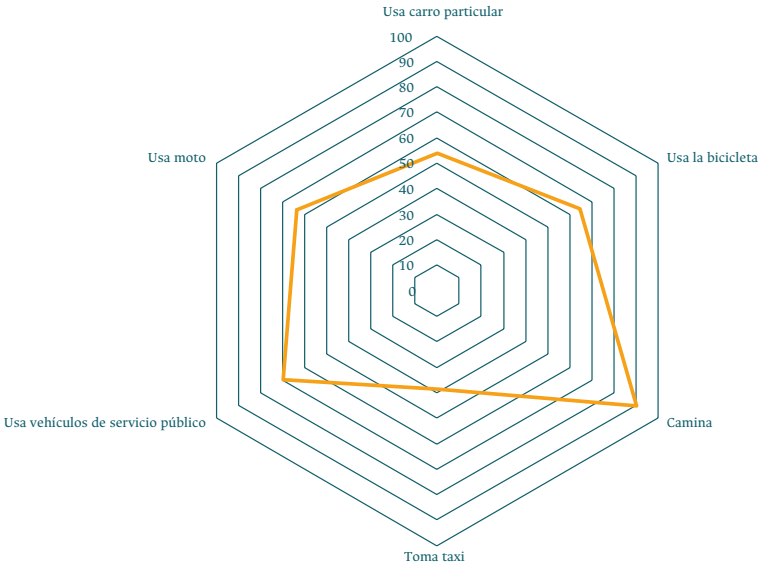
Dentro de este contexto y con el propósito de continuar construyendo el perfil del consumidor de Chía fue esencial entender las acciones y prácticas que guían las decisiones de compra, pudiendo observar

que los criterios más comunes al momento de comprar son la necesidad, la utilidad, el descuento y la calidad, así como una preferencia por productos de origen colombiano. Estos comportamientos están vinculados al poder adquisitivo de los pobladores, la funcionalidad de los productos que adquieren y en algunos casos responden a la tradición, en comparación con otras opciones que muestran una mayor sensibilidad ambiental, pero que aún no han sido ampliamente adoptadas por la población.

- **Comportamientos realizados en mayor medida (más del 70 % de la población):** compra productos de buena calidad, comprar por necesidad, por utilidad buscando que sean duraderos, compra productos colombianos y revisa las etiquetas de lo que compra.
- **Comportamientos realizados ocasionalmente (entre el 40-70 % de la población):** rechaza plásticos de un solo uso y evita el uso de papel.
- **Comportamientos para reforzar (menos del 40 % de la población):** compra productos que pueden ser reparados, utiliza el trueque y compra ropa o juguetes de segunda.

Figura 3

*Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio movilidad*

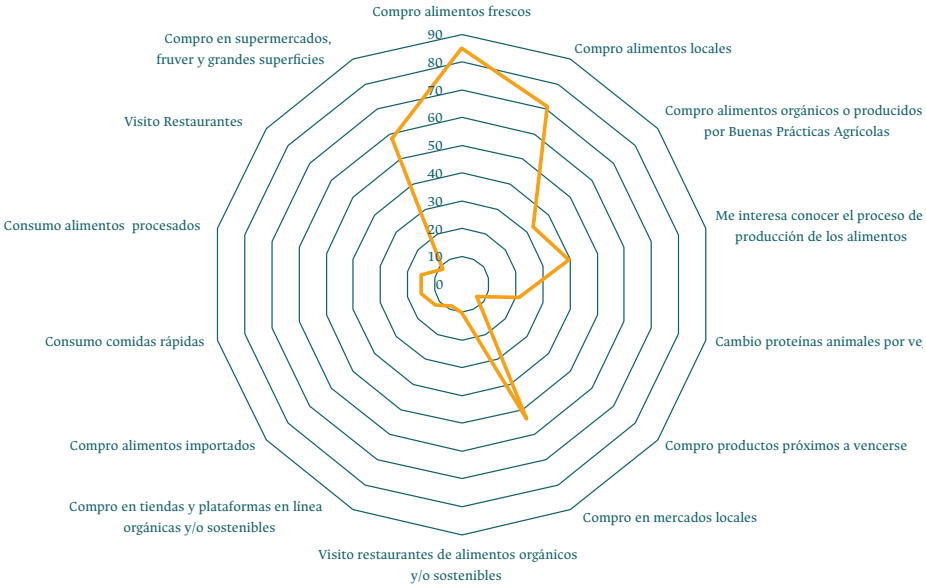



¿Y cómo se movilizan en Chía? Todo parece indicar que ante todo prefieren caminar, usar vehículos de servicio público o transportarse en bicicleta, acciones que se ven en mayor medida en municipios urbano-rurales (Obregón-Biosca, 2018), mientras que el uso de taxi, moto o carro particular no es tan popular como en las grandes ciudades y responden más a una necesidad impulsada por variables como el clima, la seguridad y la comodidad, que no es habitual pero que puede ser esporádica.

- Medios de transporte más empleados: caminar, tomar transporte público y usar la bicicleta.
- Medios de transporte utilizados ocasionalmente: usar carro particular.
- Medios de transporte menos utilizados: tomar taxi

Figura 4

*Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio alimentación*




Y ahora el turno es de la alimentación, un dominio que hace parte de la vida de todos y sin embargo es el que menos acciones sostenibles presentó, como parte de los hábitos de la población de Chía, pues solo dos acciones sostenibles se destacan: la compra de alimentos frescos y locales. Lo que refuerza la tradición como un factor relevante al momento de elegir productos, a diferencia de las otras acciones que se realizan de manera esporádica, evidenciando limitaciones u obstáculos (falta de facilitadores) que se pueden encontrar, como los altos costos de los alimentos orgánico y/o sostenibles, en comparación con los cultivados con prácticas tradicionales. En el artículo *Tendencias de producción y consumo ecológico en Antioquia*, se identifican varias limitantes para la adopción de una alimentación sostenible, incluyendo el alto costo de los productos orgánicos comparado con los convencionales, la disponibilidad limitada

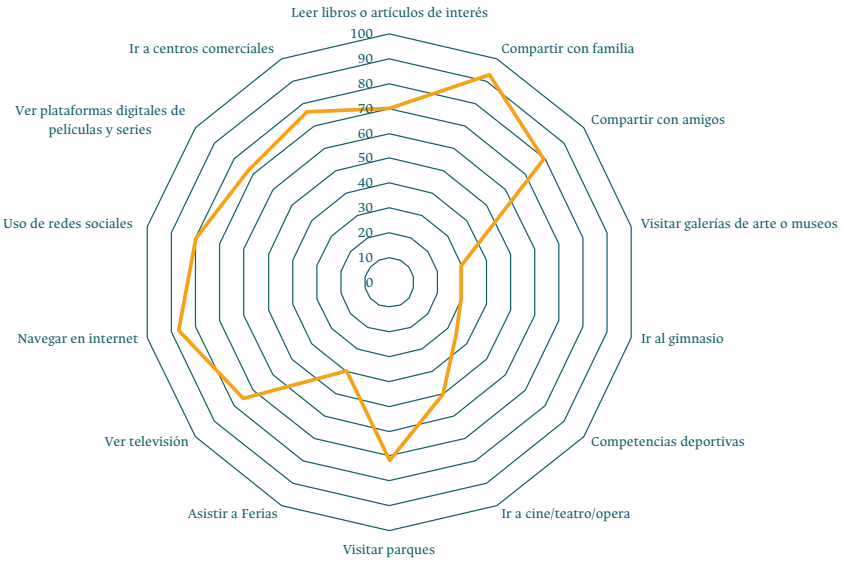
de estos productos en el mercado, y la falta de conciencia y educación entre los consumidores sobre los beneficios de las prácticas sostenibles (Arroyave Ramírez, 2015).

Por otra parte, reemplazar proteínas animales por vegetales se puede considerar una actividad que requiere mayor esfuerzo por parte de las personas, al igual que la compra en tiendas o plataformas sostenibles, siendo mucho más común la compra en supermercados, Fruver y grandes superficies. Cabe destacar el bajo consumo de la población con respecto a alimentos importados y procesados.

- **Actividades de compra más frecuentes:** compra alimentos frescos, compra alimentos locales.
- **Actividades de compra ocasionales**: compra alimentos orgánicos o producidos con buenas prácticas agrícolas, compra en mercados locales, compra en supermercados y grandes superficies.
- **Actividades de compra menos frecuentes:** compra productos próximos a vencerse, cambia proteínas animales por vegetales, compra alimentos importados, le interesa conocer el proceso de producción de sus alimentos, visita restaurantes de alimentos orgánicos y/o sostenibles, compra en tiendas o plataformas en línea de alimentos orgánicos y/o sostenibles, consume comidas rápidas, visita restaurantes y consume alimentos, procesados e importados.

Figura 5

*Perfil sostenible del consumidor de Chía - Dominio ocio*




El ocio, algo tan importante, pero tan esquivo al mismo tiempo, y que hace parte fundamental de un EVS, pues representa las actividades que realizamos en nuestro tiempo libre y que tienen todo el potencial para generar impactos ambientales negativos, sin siquiera darnos cuenta. Debido a esto, era indispensable conocer en qué tipo de actividades invierten su tiempo libre las personas encuestadas. Y si algo nos quedó muy claro, es lo importante que es para los habitantes de Chía, compartir su tiempo libre con personas de su círculo familiar y social, aunque también lo sea el navegar en internet, el uso de redes sociales y plataformas digitales, así como el visitar centros comerciales, lo que está muy relacionado al ser actividades que suelen hacerse en equipo.

Sin embargo, al mismo tiempo se evidenció que las actividades menos realizadas tienen que ver con el deporte o la asistencia a eventos

en espacios abiertos o culturales. El artículo de Cardona Rendón, B. M. (2008) confirma cómo los espacios públicos deben diseñarse y gestionarse para apoyar mejor estas actividades, resaltando la interacción entre espacio físico y social y la necesidad de políticas públicas que apoyen esta dinámica.

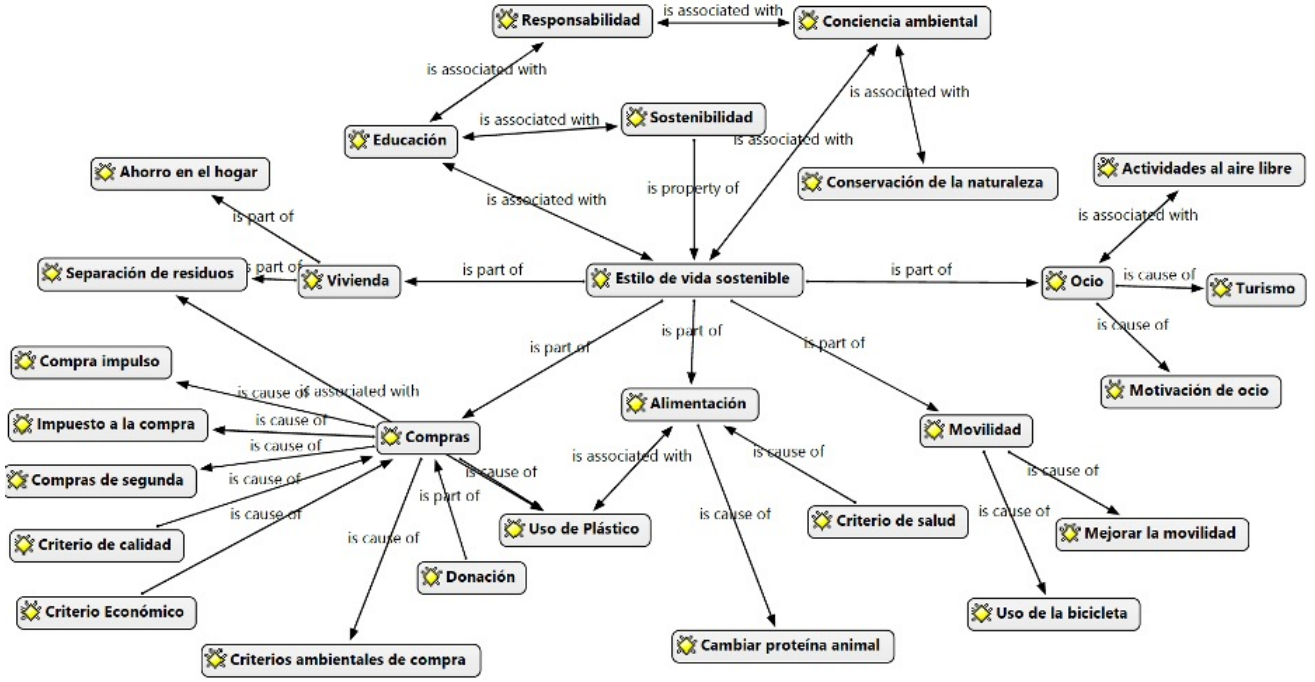
- **Actividades más realizadas (más del 70 % de la población):** compartir con la familia, compartir con amigos, navegar en internet, uso de redes sociales y plataformas digitales, ver televisión y visitar centros comerciales.
- **Actividades realizadas ocasionalmente (entre el 40-70 % de la población):** leer libros o artículos de interés, ir a cine, teatro, ópera, visitar parques.
- **Actividades menos realizadas (menos del 40 % de la población):** visitar galerías de arte o museos, ir al gimnasio, participar en competencias deportivas y asistir a ferias.

## Resultados Diagnóstico ATLAS.ti

A partir de los códigos encontrados con el software ATLAS.ti, realizamos un análisis gráfico que muestra la relación entre los dominios de EVS con las actividades que para los participantes tuvieron una mayor relevancia en sus hábitos y a los que consideran sostenibles como se ve en la figura. De manera adicional, **fue un hallazgo para nosotras encontrar tres nuevas categorías de estudio: la educación, la responsabilidad y la conciencia ambiental.** Las cuales pueden verse como categorías transversales, que aportan de manera considerable en la adopción de EVS para continuar aprendiendo sobre el impacto que cada uno de nosotros tiene sobre el planeta.

Figura 6

*Diagrama de los cuatro dominios de estilos de vida sostenibles y su relación con las actividades realizadas por los participantes*




Fuente: autores a través de ATLAS.ti (2023).

A partir del análisis anterior, hicimos un gráfico por cada dominio para poder relacionar las respuestas de los participantes y enfocar el diagnóstico en cada uno de los dominios como se ve en el informe anexo, sobre los resultados del diagnóstico y evaluación realizado en ATLAS.ti (Anexo 2). De este análisis podemos resaltar los siguientes resultados por dominio:




Para este dominio, se observó que las compras de segunda mano, especialmente de ropa, todavía enfrentan prejuicios, aunque esto no ocurre tanto con muebles u otros artículos. La donación es vista como una buena opción para prolongar la vida de los productos. Sin embargo, una de las preocupaciones de los participantes fue que la publicidad, sobre todo en televisión y redes sociales, nos suele impulsar a comprar cosas innecesarias. El uso del plástico y la inconsistencia del impuesto relacionado con esta práctica, también fueron temas de discusión, así como la tendencia a priorizar el precio sobre la calidad en las decisiones de compra.




Aquí, los participantes asociaron la selección de alimentos con la salud y mencionaron un cambio hacia proteínas vegetales en lugar de animales. También consideraron cómo las decisiones alimentarias impactan su bienestar general, mostrando interés en opciones más sostenibles y saludables.




Para este dominio, la separación de residuos fue un tema importante, y los participantes dijeron estar comprometidos con el proceso de reciclaje, aunque frustrados por cómo se maneja la recolección. También mencionaron prácticas de ahorro en el hogar, como la reutilización del agua de la lavadora y el uso bombillas LED, buscando siempre reducir el consumo y optimizando los recursos.




El ocio se dividió entre actividades al aire libre, como caminar y acampar, que son muy valoradas, mientras que el ocio asociado a bares y restaurantes fue percibido de manera negativa por la contaminación y el ruido que generan. Los participantes dijeron disfrutar de la naturaleza, pero criticaron el impacto negativo del turismo comercial en la comunidad.




El uso de la bicicleta fue muy apreciado tanto como medio de transporte como por sus beneficios para la salud. Los participantes recordaron con nostalgia cuando Chía era más amigable para los ciclistas y creen que se debería fomentar más su uso para reducir la contaminación. Sin embargo, reconocieron que el aumento de vehículos y el mal estado de las vías complican la movilidad, sugiriendo que el uso de carros eléctricos podría ser una buena solución.

Después de revisar los resultados del diagnóstico que obtuvimos a partir de las encuestas y el análisis de los resultados de los grupos focales, llegamos a lo que denominamos el perfil del consumidor promedio del habitante del municipio de Chía, el cual organizamos en una tabla de acuerdo con los 5 dominios de los EVS.

Tabla 4

*Perfil del consumidor promedio de Chía por dominio*

| Dominio | Perfil del consumidor promedio de Chía |
|---|---|
|  | **El consumidor promedio del municipio de Chía, para el dominio de vivienda realiza las siguientes acciones:**<br><br>• Apaga las luces cuando sale de algún espacio.<br>• Cierra la llave mientras se lava manos o dientes.<br>• Aprovecha la luz natural.<br>• No arroja el aceite usado por el desagüe.<br>• Utiliza bombillas de bajo consumo.<br>• Separa sus residuos en dos bolsas: una para los residuos aprovechables y otra para el resto de los residuos.<br>• No realiza prácticas como comprar muebles de segunda, reutilizar agua de la lavadora, recoger agua lluvia y desconectar los electrodomésticos cuando no están en uso.<br><br>Demostrando que existe cierta cultura del ahorro en términos de servicios públicos y la separación en la fuente. Sin embargo, se enfrentan desafíos con el sistema de recolección local que a menudo mezcla los desechos separados. |
|  | **El consumidor promedio del municipio de Chía, para el dominio de compras realiza las siguientes acciones:**<br><br>• Compra productos de buena calidad, buscando que sean duraderos.<br>• Compra productos colombianos.<br>• Revisa las etiquetas de lo que compra.<br>• Repara o regala, cuando los quiere cambiar, bienes como electrodomésticos, aparatos electrónicos, ropa o muebles. Identificando que acciones relacionadas a garantizar la durabilidad de los productos están arraigadas en la población.<br>• En ocasiones compra impulsivamente, influenciado por la publicidad en televisión y redes sociales.<br>• Tiene reservas con las compras de segunda mano, especialmente en categorías como la ropa, aunque valora positivamente la donación como forma de extender la vida útil de los objetos.<br>• El criterio económico a menudo predomina sobre la calidad, pero también lo ve como una oportunidad para el ahorro en el consumo doméstico. |

| Dominio | Perfil del consumidor promedio de Chía |
|---|---|
|  | **El consumidor promedio del municipio de Chía, para el dominio de movilidad realiza las siguientes acciones:**<br><br>• Monta en bicicleta, camina y usa el transporte público en la medida de lo posible, pero también utiliza el carro particular en ocasiones.<br>• Usa la bicicleta frecuentemente por salud y preferencia personal.<br>• No usa más la bicicleta por problemas con la infraestructura vial que no contempla espacio suficiente para ciclistas y por el aumento de carros particulares que contribuyen a la congestión.<br>• Valora el potencial de los carros eléctricos para reducir las emisiones de gases y mejorar la calidad del aire.<br>• Sugiere que medidas como el "pico y placa" podrían no ser efectivas a largo plazo sin otras políticas complementarias. |
|  | **El consumidor promedio del municipio de Chía, para el dominio de alimentación realiza las siguientes acciones:**<br><br>• Prefiere comprar alimentos frescos y locales.<br>• Está consciente de las conexiones que hay entre los hábitos de consumo y los problemas ambientales.<br>• La selección de alimentos está influenciada por la salud, con un enfoque en la reducción del consumo de proteína animal en favor de opciones vegetales.<br>• Compra en mercados locales, tiendas de barrio y supermercados, Fruver o grandes superficies.<br>• Los alimentos que más consume son: arroz, huevos, frutas, papa, verduras y pollo.<br>• Críticas al uso excesivo de empaques que contradicen los impuestos diseñados para reducir el uso de plástico.<br>• No realiza prácticas como: comprar productos próximos a vencerse, realizar compostaje con los residuos de los alimentos o cambiar proteínas animales por vegetales. |
|  | **El consumidor promedio del municipio de Chía, para el dominio de ocio realiza las siguientes acciones:**<br><br>• Comparte con su familia.<br>• Escucha música.<br>• Navega en internet.<br>• Comparte con amigos.<br>• Incluye actividades al aire libre como el turismo ecológico y deportes, con énfasis en la valoración de los espacios naturales locales.<br>• Le preocupa la contaminación, el ruido y la congestión generados por bares y restaurantes.<br>• No realiza prácticas como: visitar galerías de arte o museos, ir al gimnasio, participar en competencias deportivas, ir a cine o teatro, ir a conciertos, visitar parques y asistir a ferias. |

Foto 1. *Presentación del proyecto al grupo piloto*




Foto 2. *Grupo focal - Fase de diagnóstico*



Foto 3. *Presentación del proyecto en la emisora del municipio Luna Estéreo 106.4 fm.*



# 2



# PROMOVIENDO LA ADOPCIÓN

## de EVS en Chía

## CUANDO ESTAMOS FRENTE A UN PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN NOS PUEDEN SURGIR VARIOS INTERROGANTES, SIN EMBARGO,

### una vez tenemos claro el qué (nuestro marco), el con quién (las alianzas) y nuestra línea base está lo suficientemente definida (diagnóstico), solo nos queda pensar el cómo y el con qué

Lo que se traduce en los medios que requerimos, y que en varias ocasiones construimos para poder llevar a la práctica lo que queremos o esperamos sea una realidad.

A partir de los resultados arrojados por el diagnóstico, pudimos comenzar a construir el proceso de implementación, pues este debía evidenciar qué acciones ya han sido adoptadas por nuestro público objetivo y cuáles no se practicaban de manera constante, o ni siquiera estaban en el radar, para de esta forma poder saber qué se tenía que consolidar, qué se debía fortalecer y qué se podía comenzar a motivar.

¿Esto quiere decir que es indispensable realizar un diagnóstico del público objetivo para poder comenzar un proceso? Sí, definitivamente lo es, o de lo contrario se puede correr el riesgo de perder la atención de los participantes o proponer acciones innecesarias para un territorio determinado.

Entonces, la clave para obtener los mejores resultados partió de primero: **conocer, analizar y proponer,** para así poder: **consolidar, fortalecer y motivar** (las primeras triadas del éxito).

## ¿Y POR DÓNDE EMPEZAMOS A PROMOVER LA ADOPCIÓN DE EVS?

El público objetivo fue clave: ellos fueron los protagonistas del proceso, así que fue muy importante conocer el grupo de personas con quienes trabajamos (**conocer las condiciones sociodemográficas de nuestra audiencia, nos permitió mantener el interés y fomentar la participación durante el taller**).

### ¿Trabajamos con una estructura base?

Sí, pero esta fue flexible para incentivar la participación. **Es decir, diseñar un taller para promover estilos de vida sostenibles no debe convertirse en una fórmula para seguir al pie de la letra, debe haber espacio para la innovación.** Se puede partir de un marco, pero eso sí, uno que pueda doblarse para cuando la ocasión lo amerite. Por ejemplo: algunos de nuestros talleres se transformaron en una feria de pequeños y diversos talleres, o en una visita técnica que permitió conocer opciones sostenibles en la comunidad.

Los momentos o acciones que tuvimos presentes para comenzar el diseño de nuestros talleres fueron de carácter logístico, pues de lo contrario no los hubiéramos podido materializar.

Tabla 5

*Pasos para la sistematización y análisis de datos*

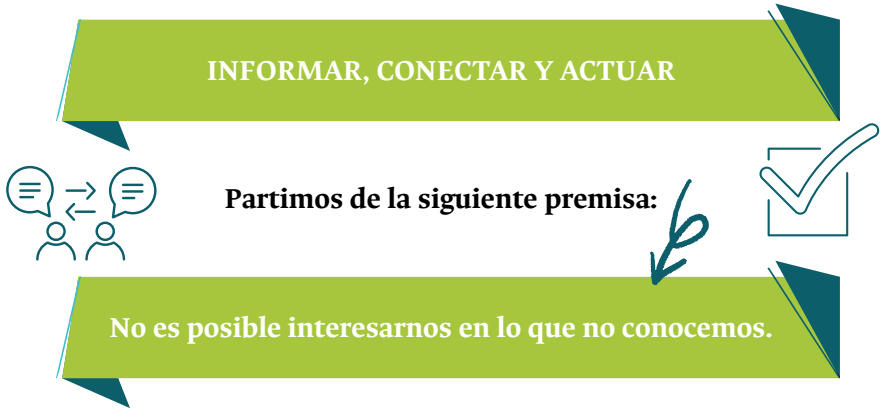
| Criterio | Descripción |
|---|---|
| **¿Cuándo y dónde?**<br><br>Definir la fecha, la hora y el lugar es clave | Esta elección se basó en nuestro público objetivo. Si se hubiese implementado en una institución educativa, en una empresa, entidad u organización, hubiera sido mucho más sencillo, pues se pueden aprovechar las instalaciones propias y los horarios de estudio, trabajo o reunión (**un taller que promueva la adopción de estilos de vida sostenible puede convertirse en una excelente pausa activa**). Sin embargo, cuando los talleres son para la ciudadanía o comunidad en general, como fue nuestro caso, lo mejor fue programarlos el sábado en horas de la mañana (**una vez iniciado el ciclo de talleres, el horario fue concertado con el grupo de trabajo**). El lugar fue lo más central posible y de fácil acceso, lo que evitó convertir el punto de encuentro en una barrera para la participación de los interesados. |
| **¿Qué tanto nos demoramos?**<br><br>Duración del taller | Esto dependía de la modalidad en la que decidíamos trabajar, para un taller sencillo el tiempo máximo fue de dos horas, pues siempre contamos con una holgura de tiempo mientras las personas llegaban y el proceso daba inicio.<br><br>Cuando optábamos por otra modalidad que requería de un mayor nivel de interacción y participación, como lo podía ser una feria se programaba una duración de tres a cuatro horas.<br><br>Estos fueron los tiempos para la citación a nuestro público objetivo, para la organización previa y después del taller debíamos adicionarle al equipo de trabajo una hora y media más. |

| Criterio | Descripción |
|---|---|
| **¿Cómo convocamos a nuestro público?** Anexo 3 | Fue muy importante contar con canales de comunicación efectivos, esa elección dependió mucho de nuestro público. Correo, voz a voz, emisora, chat a chat, circulares, redes sociales y/o la participación en eventos, fueron ejemplos de los medios que utilizamos, aprovechamos todos los medios que tuvimos a nuestro alcance. ¿Qué incluimos en el mensaje, la pieza gráfica o el video para convocar?<br><br>• Lugar, fecha y horario (**horario, no hora. Es importante conocer la duración**) del taller.<br>• Nombre del taller.<br>• Materiales **(si se requerían).**<br>• Cuando hicimos ferias, incluimos un breve listado de las actividades que realizamos.<br>• Nuestras piezas gráficas fueron dinámicas, llamativas y limpias **(muchas imágenes o información pueden saturar y confundir).**<br><br>¿Con cuánto tiempo de anticipación convocamos a nuestro público, y qué tanto les recordamos la fecha y hora del taller?<br><br>Tres semanas fue nuestro tiempo promedio para invitar a la comunidad y que pudieran programarse y tener presente el evento **(con mucho tiempo de anterioridad las personas podían olvidarlos y con muy poco podían no tener la disponibilidad)**. También les enviábamos un recordatorio una semana antes del taller y cuando abrimos el chat del proyecto, lo hacíamos un día antes y además de compartirles fotos del alistamiento del taller el mismo día del evento. |
| **¿Cómo teníamos presente el paso a paso?** Anexo 4 | Una hoja de ruta era indispensable o una programación, como la quieran llamar. Lo importante fue que todo el equipo de trabajo siempre tuvo claras las actividades que realizamos en cada jornada. ¿Qué debía incluir? El paso a paso de las actividades que íbamos a realizar, su duración (y siempre dejamos una holgura de tiempo, pues todo puede pasar) y el responsable. De esta manera se respetaron los tiempos programados y se evitó dejar actividades sin dueño que hubieran podido generar caos en el proceso.<br><br>Todos los organizadores tenían una copia de esta hoja de ruta para poder consultarla en cualquier momento. En nuestro caso la teníamos en una plataforma virtual (Ej.: drive), para poder hacerle ajustes, si era necesario, y así todos podían ver los cambios en tiempo real. |

## CONSTRUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA LA PROMOCIÓN DE EVS

Cuando nuestra intención es la promoción de la adopción de EVS, debemos trabajar con la base, los cinco dominios: alimentación, vivienda, movilidad, compras y ocio. ¿Y cómo los trabajamos?

**La promoción de la adopción de los EVS implica INFORMAR, CONECTAR Y ACTUAR** (seguimos con las triadas del éxito), no necesariamente en este orden, es decir, podemos conectar e informar al mismo tiempo, o poner manos a la obra mientras informamos, lo que al final importa es poder lograr la conexión que queremos. Pero bueno, tal vez esto suene un poco confuso, así que vamos a presentarlo de una manera un poco más estructurada **(en la medida de lo posible, a veces demasiada estructura puede no ser recomendable si queremos ser adaptables al contexto).**




**¿Conocimiento? ¿Será esta la respuesta?** Puede que no sea del todo, pero si fue un gran paso para lograr nuestro propósito. En la medida en que obtenemos información y nos familiarizamos con nuevos temas, abrimos la puerta para pensar, preguntar, reflexionar, cuestionar,

dudar, actuar y por qué no, hasta cambiar. Y esa es la invitación que quisimos hacer. Ese fue nuestro punto de partida.

Y, ¿cómo comenzamos?

Independientemente del tema que queríamos abordar en el taller **(feria, visita o encuentro),** siempre comenzamos respondiendo las siguientes preguntas como parte del proceso:

- **¿Por qué es importante hablar de este tema? (Contexto)**
- **¿Cuáles datos son relevantes sobre este tema? (Información)**
- **¿Cómo se relaciona este tema con el público objetivo? (Conexión)**
- **¿Qué podemos hacer con respecto a este tema? (Acción)**



Estas cuatro preguntas fueron la base que guiaron nuestro proceso. Fueron el marco para crear el taller, los contenidos específicos dependieron del dominio o dominios elegidos (se puede trabajar más de un dominio por taller, inclusive los cinco, aunque el reto de hacerlo es grande). La creatividad, fue clave al momento de responder las preguntas y las posibilidades infinitas (sé que puede parecer exagerado, pero el límite era nuestra imaginación y por suerte, esa la tenemos de sobra). Respondiendo interrogantes

Tabla 6

*Construcción del contenido de los talleres*

| | |
|---|---|
| **¿Por qué es importante hablar de este tema? (Contexto)** | Siempre fue indispensable dar un contexto de la situación, por lo tanto, iniciábamos contándole a nuestro público la razón por la que estábamos haciendo el taller, el por qué la adopción de EVS es necesaria y por supuesto, explicábamos que es un EVS.<br><br>Se presentaba un panorama ambiental mundial, regional o local, lo importante fue hacerlo evidenciando que todo está conectado. Hablamos de la importancia del equilibrio **(concepto de sostenibilidad),** definíamos que es un EVS, explicamos cuáles son sus dominios y las proyecciones de ese panorama mundial, si decidíamos adoptar uno de esos **(¿Uno de qué? Un EVS).** Y algo muy importante, siempre lo hicimos respaldadas por fuentes confiables. |
| **¿Cuáles datos son relevantes sobre este tema? (Información)** Anexo 5 | **"Un consumidor informado es un consumidor potencialmente responsable",** es uno de los lemas de nuestro equipo de trabajo, y lo es, porque de verdad lo creemos. Informarse no es garantía de nada, pero puede hacer la diferencia. Y esa posibilidad es lo que nos debe motivar a brindar información fiable, concreta, clara y con fuentes verificables.<br><br>La información brindada dependía de la temática del taller. Lo importante era usar datos puntuales, cifras que fueran fácilmente dimensionadas y con las que el público pudiera sentirse identificado.<br><br>La transmisión de la información la hicimos de la manera más gráfica y dinámica posible. Mostramos las cifras de una manera muy visual y llamativa, porque queríamos generar recordación.<br><br>Priorizamos los datos que queríamos presentar, pues demasiada información podía abrumar a nuestro grupo de trabajo. Entre más actuales y locales fueran los datos, era mucho mejor. Pero si no encontrábamos los ideales (actuales y locales), trabajamos con los que eran respaldados por fuentes confiables (algo siempre será mejor que nada).<br><br>También generamos espacios de interacción con nuestro público, realizando preguntas a medida que brindábamos la información, creando conversaciones que fomentaban la participación del grupo |

| | |
|---|---|
| **¿Cómo se relaciona este tema con el público objetivo? (Conexión)** | Conexión, este fue uno de los conceptos más importantes de todo el proceso, pues **solo en la medida en que logramos conectar con nuestro público fue que pudimos alcanzar nuestro objetivo.**<br><br>Para esto, fue indispensable generar vínculos entre la información que brindamos y nuestro público objetivo, por esta razón los ejemplos que dimos respondían a la realidad de nuestra audiencia, por lo que incluimos actividades experienciales, donde el día a día del grupo se viera reflejado y se pudieran sentir identificados con los datos, cifras y ejemplos que se presentaban, permitiéndoles conectar sus acciones diarias con los temas presentados durante el taller, para de esta manera motivarlos a reflexionar con respecto a sus hábitos.<br><br>Nuestra tarea no era decir si algo estaba bien o mal, lo que hacíamos era presentar los hechos y dejar que los participantes del taller sacaran sus propias conclusiones. **Nuestro objetivo era motivar el cambio, no cuestionar la realidad de nadie.** |
| **¿Qué podemos hacer con respecto a este tema? (Acción)** | Una vez que logramos establecer las conexiones entre los temas que trabajamos y nuestro público objetivo, solo nos restaba brindar alternativas, pues de nada nos servía motivar a la reflexión, si no íbamos a dar opciones de cambio.<br><br>Se podría decir que nuestros talleres eran una crítica constructiva, en donde el propósito era mostrar cómo se puede mejorar. **La idea nunca será dejar de hacer las cosas, sino hacerlas bien.**<br><br>La finalidad de un taller no se limitaba a informar, siempre fomentó el actuar, y para esto debíamos dar opciones, no restricciones. La lista de opciones era muy larga y dependía del tema central del taller. Las acciones a nuestro alcance para la adopción de EVS cada día crecen en diversidad y variedad.<br><br>**Los talleres siempre cerraron con una gran dosis de curiosidad**. Curiosidad por querer más, más información, más conexión y más acción. Nuestro propósito se cumplía en la medida en que nuestros ejemplos y alternativas se quedaban cortas y nuestro público se encontraba ávido de más. Este fue el mejor indicador de que íbamos por buen camino.<br><br>Sin embargo, para asegurarnos de que la semilla que sembramos siguiera dando frutos, nos ayudamos de herramientas que fomentaban la adopción de los EVS en el día a día de nuestro público objetivo y de algunas estrategias de acompañamiento y apoyo para que continuaran con el proceso. |

## FORTALECIENDO LA ADOPCIÓN DE EVS

Como resultado de los perfiles de los habitantes de Chía y el análisis de las variables a tener en cuenta para adoptar un EVS, decidimos generar herramientas didácticas que fortalecieran el proceso y una estrategia de seguimiento que nos permitiera acompañarlo.

Basado en los resultados del diagnóstico y teniendo en cuenta la matriz de variables, generamos nuestro propio menú de opciones, con el que construimo**s dos herramientas didácticas: un imán** (para poner en la nevera, ¿quién no tiene imanes en la nevera?), y **un afiche para colorear** (o al menos para rayar).

En el imán reunimos acciones que solemos desarrollar de manera esporádica, dependiendo de nuestras necesidades ¿Por qué un imán para la nevera? Porque todos abrimos la nevera más de una vez al día y de una u otra forma le damos una mirada a los imanes que pegamos en ella, por lo que nuestro imán contaba con todo el potencial de convertirse en un constante recordatorio de todo aquello que tenemos la capacidad de lograr si decidimos pasar de la idea a la acción.

Figura 7

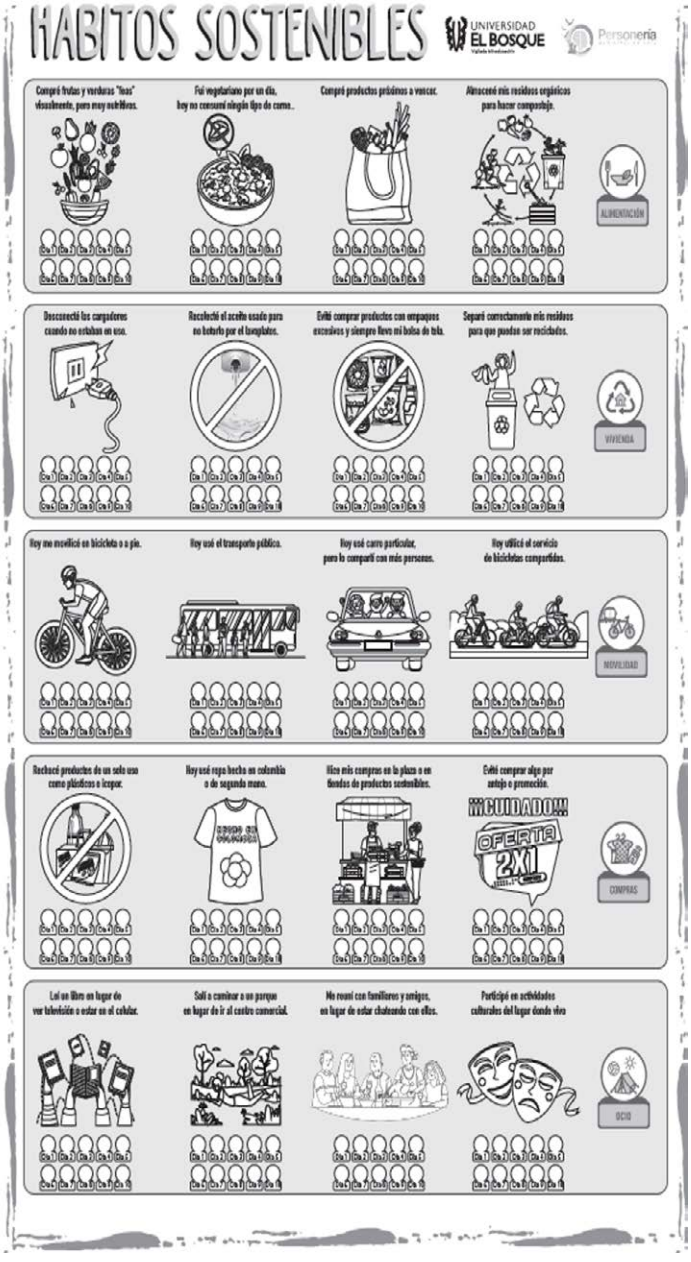
*Imán de nevera sobre la aplicación de acciones sostenibles*




Para el afiche, definimos acciones que se pueden realizar como parte nuestro día a día, es decir, que hacen parte de la cotidianidad, y que requieren de repetición para que se puedan transformar en hábitos. Realizamos el diseño en blanco y negro con el propósito de generar mayor apropiación a partir de un acto tan simple como colorear, **(¿si podemos darle vida a un dibujo con colores, por qué no puede ser este el comienzo para adquirir un nuevo hábito?),** además se incluyeron casillas que invitan a la repetición **(cabe resaltar que mientras el imán fue un éxito entre los adultos, el afiche se robó el protagonismo entre los jóvenes).**

Figura 8

*Afiche para colorear sobre hábitos sostenibles*



**Haber brindado herramientas que fortalecieran el proceso, fue clave para motivar a los participantes que hicieron parte de este.** Los incentivos no son indispensables, pero siempre fueron bienvenidos, y cuando se enfocaron en la consolidación de los contenidos trabajados en un taller, eran casi que necesarios para dar continuidad a las estrategias diseñadas para fomentar la adopción de los EVS. Autores como Vargas et al. (2019), confirman la importancia que tienen las redes sociales y las actividades lúdicas como estrategia de divulgación y posterior realimentación constante, para poder asegurar la apropiación del conocimiento a largo plazo.

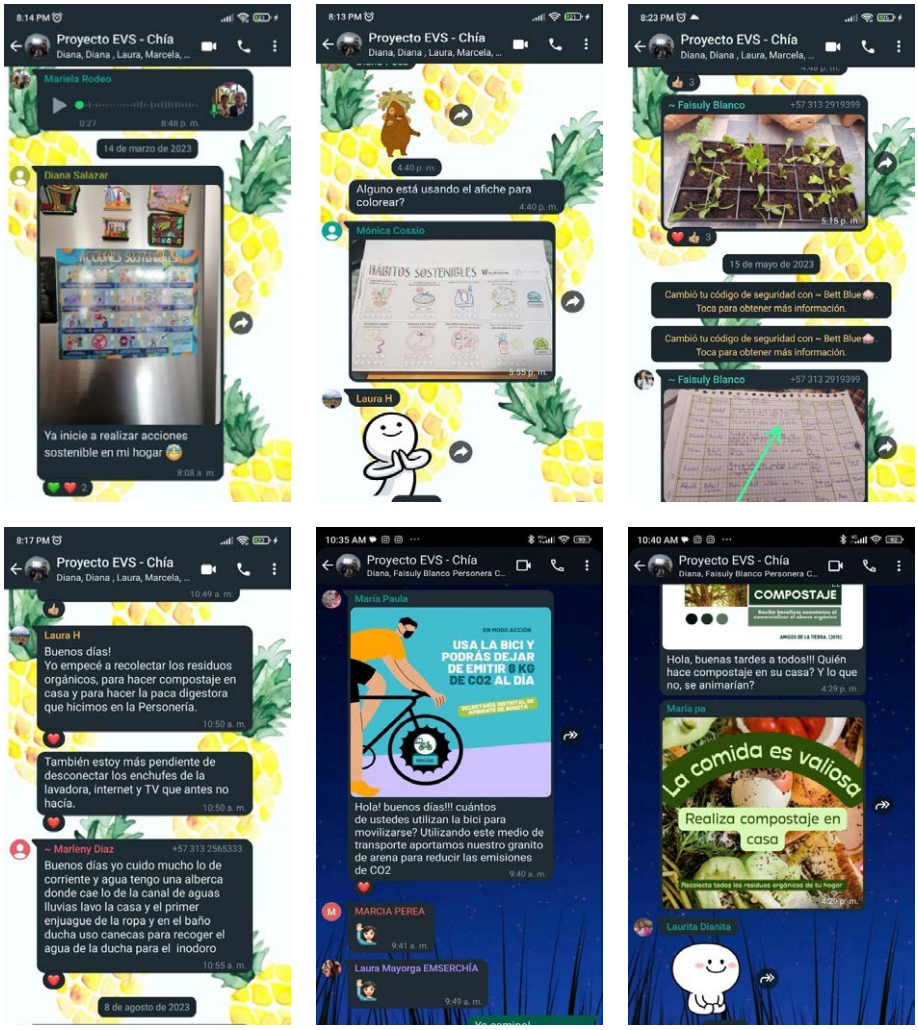
Importante tener en cuenta que el diseño de nuestras herramientas siempre respondió al contexto del lugar donde desarrollamos el proyecto, a los resultados del diagnóstico, al público objetivo y a los recursos con los que contamos, y su entrega se realizó en el marco de los talleres planeados, como instrumentos que reforzaron el mensaje entregado, al tiempo que promovían la autonomía de los participantes.

## El proceso de seguimiento y acompañamiento

Una vez iniciamos con la realización de nuestros eventos y entregadas las herramientas que apoyaron el fortalecimiento del proceso, ¿cómo se realizó el seguimiento y el acompañamiento de nuestro grupo piloto? Partimos de preguntarnos, ¿cómo podemos intercambiar información, aclarar dudas, motivar al cambio, dar a conocer nuestras actividades y evitar que nos olviden en el proceso? (Siempre será muy importante ser memorables). Y sí, la era digital fue la respuesta, y de esta forma nació nuestro grupo de WhatsApp (lo sabemos, es un grupo más, pero su contenido fue único, se los aseguro).

Figura 9

*Capturas de pantalla del grupo de WhatsApp*



Por medio de este grupo los participantes tuvieron la oportunidad de compartir sus avances con el uso de las herramientas, la puesta en práctica de las acciones sostenibles trabajadas a lo largo de los talleres, hacer preguntas, aclarar dudas y reflexionar sobre las piezas gráficas diseñadas para fortalecer el proceso y que eran compartidas a manera de saludo (**siguiendo la tradición de tías y mamás**), solo que con mensajes que invitaban a continuar el camino de la sostenibilidad.

¿Qué tan funcional fue tener un grupo de WhatsApp como estrategia de seguimiento del proceso? Bastante, pues tuvimos la oportunidad de generar procesos de realimentación en tiempo real. ¿Se contaron con reglas para el uso del grupo? Sí, esto fue muy importante para que el proceso fluyera, y entre las más importantes se pueden resaltar: vinculación voluntaria, intercambio de información solo dentro del marco del proyecto, horario resultado del consenso entre todos y un trato respetuoso. ¿Se cumplieron estas normas? En general sí. Alguna información compartida no fue estrictamente del proyecto, pero se daba manejo a situaciones donde los participantes aprovechaban para mencionar otros temas **(siempre es posible retornar al cauce).** Sabemos que se pueden generar diversas estrategias de seguimiento, esta nos funcionó bastante bien, lo importante es que respondan al contexto del grupo piloto, motiven a los participantes y permitan evidenciar el interés y compromiso de los integrantes en el proceso, dando paso a los procesos de evaluación.

Foto 1. *Taller de Compras y Ocio*




Foto 2. *Feria de Alimentación Sostenible - Receta Sostenible*



Foto 3. *Visita al Vivero Municipal de Chía*



Foto 4. *Visita al apiario de* OMAC*, Organización de Mujeres Empresarias de Chía*



Foto 5. *Actividad didáctica de reconocimiento del municipio con los funcionarios de la Personería Municipal de Chía*




Foto 6. *Feria de Alimentación Sostenible - Huertas Caseras*



Foto 7. *Stand del proyecto - 1 Feria Municipal del Medio Ambiente*




Foto 8. *Equipo del proyecto con Frailejón Ernesto Pérez - 1 Feria Municipal del Medio Ambiente*



Foto 9. *Pieza - Taller de Compras y Ocio Sostenible*



Foto 10. *Pieza Feria de Alimentación Sostenible*



# 3





# ADOPCIÓN DE

## de EVS en Chía

## Y BUENO, ¿CÓMO SABER EL IMPACTO LOGRADO A TRAVÉS DE NUESTRO PROCESO?

*Pues, ese fue otro de los grandes retos. Lo que hizo indispensable el conocer la situación de la población antes y después de su participación en el proyecto*

No era simplemente hacer un ejercicio de validación, se requería la realización de un proceso que nos pudiera brindar un mayor entendimiento de cómo todo lo que hicimos tuvo un impacto real en la adopción de EVS. **Al abordar la evaluación, buscamos sumergirnos en un análisis reflexivo,** con la intención no solo de medir el impacto directo, sino también de comprender las dinámicas y las reacciones que dictaron los aciertos y las oportunidades de mejora de las estrategias implementadas.

## NUESTRA EVALUACIÓN

La encuesta, como primera herramienta de evaluación, nos mostró las variaciones en los comportamientos y actitudes antes y después de las intervenciones. Su objetivo no se limitó a la recolección de datos; también buscó capturar los indicios de cambio, identificando tendencias, desafíos y éxitos en el camino hacia la sostenibilidad. La encuesta post-implementación se convirtió en un diálogo continuo con el presente, ofreciendo una plataforma para medir el progreso, evaluar la efectividad de las estrategias aplicadas y calibrar la trayectoria de estrategias futuras.

Para complementar y profundizar la visión proporcionada por las encuestas, los grupos focales se mostraron como un muy buen método de ampliación, permitiendo una exploración más profunda de los temas y brindando un espacio para que las voces de los participantes se entrelazaran, compartiendo experiencias personales y colectivas. Este enfoque cualitativo no solo enriqueció nuestra comprensión de los impactos de las estrategias, sino que también generó nuevas perspectivas. Juntos, encuestas y grupos focales proporcionaron una visión holística de cómo los EVS se adoptaron y comenzaron a hacer parte de la realidad de la comunidad.

ENCUESTAS Y GRUPOS FOCALES PROPORCIONARON UNA VISIÓN HOLÍSTICA DE CÓMO LOS EVS SE ADOPTARON Y COMENZARON A HACER PARTE DE LA REALIDAD DE LA COMUNIDAD

## Encuesta

Para el desarrollo de la encuesta de evaluación se siguieron los mismos pasos expuestos para el diagnóstico, aunque, tuvimos en cuenta las siguientes diferencias:

- La esencia de nuestra evaluación se centró en el grupo piloto de estudio; aquel que fue nuestro foco desde el comienzo. La encuesta de evaluación solo se aplicó al grupo piloto que participó en el proyecto, pues lo que buscamos fue obtener un pre y pos para evaluar si realmente se logró un cambio y por lo tanto se inició un proceso de adopción de las acciones promovidas.
- Fue crucial informar al grupo con el que trabajamos sobre la necesidad de desarrollar la encuesta inicial y final, subrayan-

do que el fin es comparar y comprender cómo el proyecto influenció sus prácticas y hábitos de consumo.

- Las preguntas fueron las mismas, salvo aquellas que pretendieron evaluar una potencial adopción de acciones. Debimos adecuar la encuesta pos para que las preguntas evaluaran únicamente los resultados del proceso, por ejemplo:
  - Pregunta en la encuesta diagnóstico: ¿Cambiaría su forma de comprar si supiera que sus hábitos de consumo generan problemas ambientales?
  - Pregunta en la encuesta evaluación: ¿Ha cambiado su forma de comprar el saber que sus hábitos de consumo pueden generar impactos ambientales?
- Fue importante hacer el seguimiento del grupo piloto para garantizar que todos realicen la encuesta. **Para esto, el grupo de WhatsApp creado resultó bastante útil.**
- Comunicar los resultados fue fundamental, porque permitieron conocer el grado de adopción de acciones y oportunidades de mejora para futuros proyectos.

## Grupos focales

Para complementar la encuesta de evaluación se recurrió nuevamente a los grupos focales finales, con el fin de profundizar con el grupo piloto lo evidenciado por la encuesta y recoger las percepciones generales sobre las actividades desarrolladas a lo largo de todo el proyecto, así como las lecciones aprendidas, las acciones adoptadas y las que de pronto costaron poner en práctica un poco más. El procedimiento de aplicación de los grupos focales siguió la misma metodología explicada en el capítulo de diagnóstico, con las siguientes salvedades:

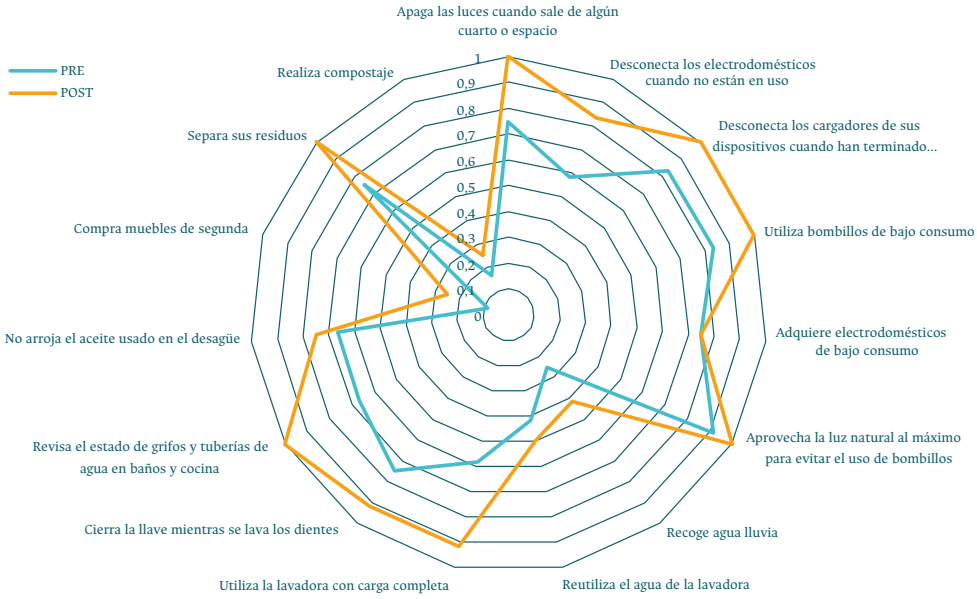
- Cambió el formato de las preguntas, las estructuramos teniendo en cuenta que las actividades ya se habían llevado a cabo.
- Preguntamos por las percepciones sobre las experiencias vividas, el desarrollo de las acciones promovidas y una reflexión sobre lo aprendido.
- También preguntamos cuáles acciones fueron más fáciles de implementar y cuáles costaron más trabajo, lo que nos permitió identificar oportunidades de mejora para futuras intervenciones.
- Se pidió dar su opinión sobre lo que haría falta para continuar implementando EVS en la población de Chía

## NUESTROS RESULTADOS

A continuación, mostramos los resultados de la evaluación del proyecto, teniendo en cuenta lo expuesto tanto en la encuesta como en los grupos focales. Describimos los cambios más significativos en cuanto a la adopción de acciones de estilos de vida sostenibles para cada uno de los dominios evaluados permitiendo generar un perfil del potencial consumidor que adopta EVS en Chía:

Figura 10

*Comparación perfil del consumidor de Chía – Dominio vivienda*




De la figura anterior se evidencia que sí hubo un cambio de hábitos en el hogar como consecuencia de las actividades realizadas por el proyecto. A continuación, se evidencian los cambios más significativos, los medianamente significativos y los que se deben reforzar:

- **Comportamientos con cambios más significativos:** compra muebles de segunda, no arroja el aceite usado al desagüe, revisa el estado de grifos y tubería, utiliza la lavadora con carga completa, aprovecha la luz natural al máximo, utiliza bombillos de bajo consumo, desconecta los cargadores de sus dispositivos cuando han terminado de cargar y apaga las luces cuando sale de algún espacio.

- **Comportamientos con cambios leves:** cierra la llave mientras se lava los dientes, recoge agua lluvia, desconecta los electrodomésticos cuando no están en uso, separa sus residuos.
- **Comportamientos para reforzar:** reutiliza agua de la lavadora, adquiere electrodomésticos de bajo consumo y realiza compostaje.

Si bien en el diagnóstico identificamos acciones que la población estudiada ya realizaba, gracias a las actividades en el marco del proyecto, logramos evidenciar que existieron cambios en algunas de las prácticas promovidas en el dominio de vivienda. Dentro de los principales cambios encontramos actividades relacionadas con el ahorro y uso eficiente de la energía, como apagar luces y desconectar dispositivos, y el ahorro y uso eficiente del agua como revisar el estado de tuberías, cerrar llaves y utilizar la lavadora con carga completa. Esto se puede deber a que son prácticas que ya se venían desarrollando y no representan mayor dificultad en su desarrollo. Por otra parte, pudimos apreciar cambios más leves en comportamientos relacionados con la separación y aprovechamiento de residuos, disposición de aceite usado y compra de elementos de segunda. Esto probablemente se debe a que son actividades que requieren de un mayor esfuerzo (como por ejemplo el compostaje), y que no se realizan de manera periódica (como la compra de muebles).

LOGRAMOS EVIDENCIAR QUE EXISTIERON CAMBIOS EN ALGUNAS DE LAS PRÁCTICAS PROMOVIDAS EN EL DOMINIO DE VIVIENDA

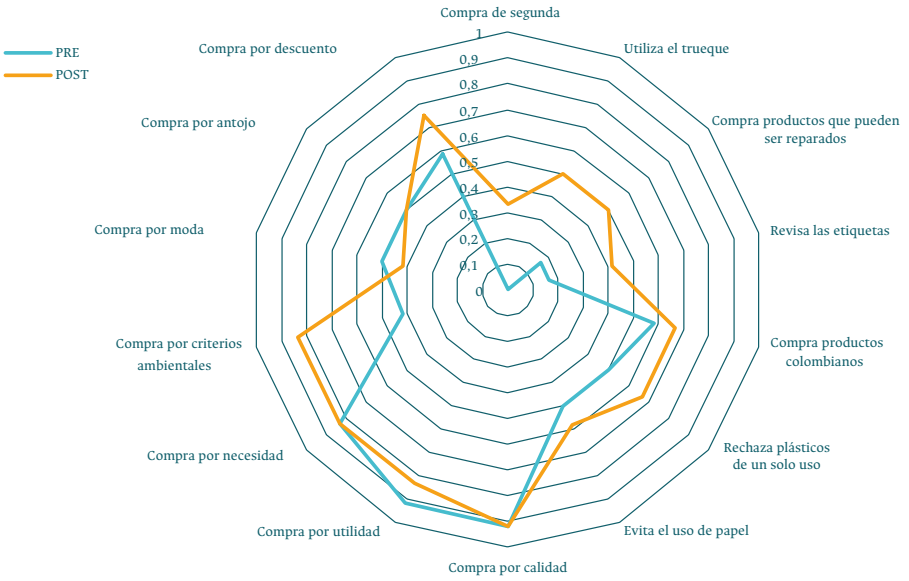
Según Riviera y Garcés, la adopción de comportamientos o acciones sostenibles está establecido por diferentes determinantes, tales como los afectivos (como valores y creencias), los cognitivos (como el nivel de conocimiento y la información sobre los problemas ambientales), los disposicionales (como la voluntad para hacer determinada acción)

y finalmente los personales (que incluyen características intrínsecas o extrínsecas como el género, la edad, e incluso la capacidad económica). En su estudio mencionan que "el nivel de ingresos influye en el comportamiento de separación de residuos y el reciclaje" (Riviera y Garcés, 2018), y demuestran también que los individuos que están dispuestos a hacer reciclaje en casa también están dispuestos a tomar medidas como el ahorro de agua y la energía, siendo estos comportamientos "de bajo coste" o baja dificultad. "Una vez adoptadas conductas de bajo coste como el reciclado o el ahorro de agua y energía, los individuos desarrollan su comportamiento incluyendo también «acciones de alto coste», como conductas de compra —descartando productos contaminantes y comprando productos ecológicos" (Riviera y Garcés, 2018).

Este análisis contribuye a lo evidenciado en nuestro estudio en Chía, demostrando que existen comportamientos más fáciles de adoptar que otros y, por tanto, es necesario un proceso constante de educación y seguimiento para aquellos comportamientos "de alto coste".

Figura 11

*Comparación perfil del consumidor de Chía – Dominio compras*




La figura anterior expone la frecuencia de desarrollo de los cambios en el desarrollo de prácticas de compra de bienes de consumo. De acuerdo con la gráfica se evidenciaron cambios en los comportamientos del grupo piloto así:

- **Comportamientos con cambios más significativos:** hacer trueque, comprar teniendo en cuenta criterios ambientales, comprar productos que pueden ser reparados y comprar de segunda.
- **Comportamientos cambios leves:** rechazar plásticos de un solo uso, evitar el uso del papel, revisar las etiquetas y comprar productos colombianos.

- **Comportamientos con cambios mínimos:** comprar por calidad, por utilidad y por necesidad. Estas prácticas tuvieron los menores cambios debido a que, en el diagnóstico evidenciamos que ya se desarrollaban incluso antes de la implementación del proyecto.

Con respecto al dominio de compras, resaltamos de manera general que existen ciertas actividades como el trueque y la compra de segunda, que pueden generar cierta reserva alrededor de mitos y creencias culturales. Nosotras realizamos reflexiones sobre la reutilización de bienes como fomento de la economía circular, entendida como ese modelo que busca mantener los materiales dentro de un ciclo productivo por el mayor tiempo posible, reduciendo así, la cantidad de residuos generados y potencialmente mal dispuestos.

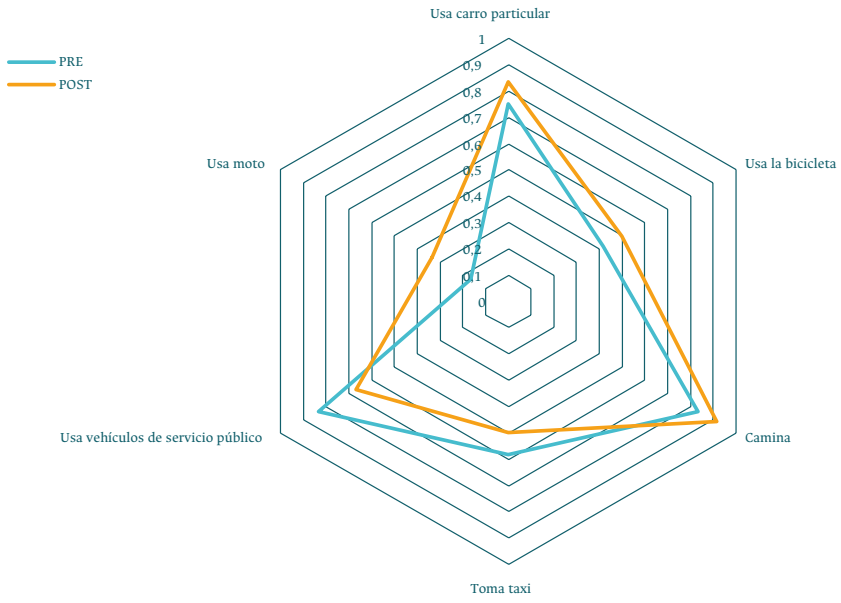
Por otra parte, evidenciamos que **las acciones que se deben reforzar en mayor medida responden a comportamientos que requieren un esfuerzo extra por parte de la población,** en donde se deben analizar factores como la procedencia, la forma de fabricación y los materiales con los que se producen los bienes, y que sean fácilmente aprovechables y fabricados con materiales reciclados, para garantizar que cumplan con los criterios de sostenibilidad que se fomentaron. Criterios como durabilidad, calidad y fabricación local, entre otros, son contemplados en mayor medida en los procesos de compra, lo que suele responder más a factores económicos y de tradición que ambientales, aun cuando constituyen criterios sostenibles.

**UNO DE LOS RETOS MÁS GRANDES PARA LOS PROGRAMAS DE CONSERVACIÓN AMBIENTAL ES MODIFICAR PRÁCTICAS CULTURALES EN FUNCIÓN DE LA PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE**

Tal y como lo menciona Cortés, uno de los retos más grandes para los programas de conservación ambiental es modificar prácticas culturales en función de la promoción del consumo responsable. Esto, dado que existen prácticas que culturalmente son menos aceptadas (como la compra de productos de segunda). Para superar esta barrera se propone tener una "aproximación funcional con los conceptos de calidad de vida, consumo responsable y comercio justo, para generar modelos de desarrollo sostenible" (Cortés, 2011). En donde las personas puedan asociar este tipo de comportamientos, como el rechazo de plásticos de un solo uso, a acciones que contribuyan también a su calidad de vida y a la disminución de la contaminación.

Figura 12

*Comparación perfil del consumidor de Chía – Dominio movilidad*



La figura anterior muestra los cambios que hubo en el uso de diferentes medios de transporte por parte del grupo piloto. Esto con el fin de evaluar si las acciones que se promovieron durante todo el proyecto, enfocadas en el uso de medios de transporte más sostenibles, sí tuvieron efecto en los participantes. De allí se encontró que:

- **Medios de transporte con cambios más significativos:** bicicleta.
- **Medios de transporte con cambios leves:** carro particular, caminar.
- **Medios de transporte para reforzar:** moto, vehículos de servicio público, taxi.

Según la figura, no se evidenciaron cambios significativos en el uso de los diferentes medios de transporte. Por lo que se hace fundamental promover el uso de medios de transporte más sostenibles como la bicicleta. Sin embargo, algunos participantes comentaban en los grupos focales y talleres que uno de los obstáculos más frecuentes para no utilizar la bicicleta es la falta de infraestructura vial del municipio. Esto demuestra que los estilos de vida sostenibles están sujetos a los factores habilitantes que los gobiernos deben proporcionar a la población para que esta pueda adoptar este tipo de hábitos. Según Akenji y Chen, el sector de la movilidad es responsable del 13 % de las emisiones de gases efecto invernadero y el 23 % de las emisiones generadas por el consumo de energía a nivel mundial. Sin embargo, existen diversas variables que determinan el uso de medios de

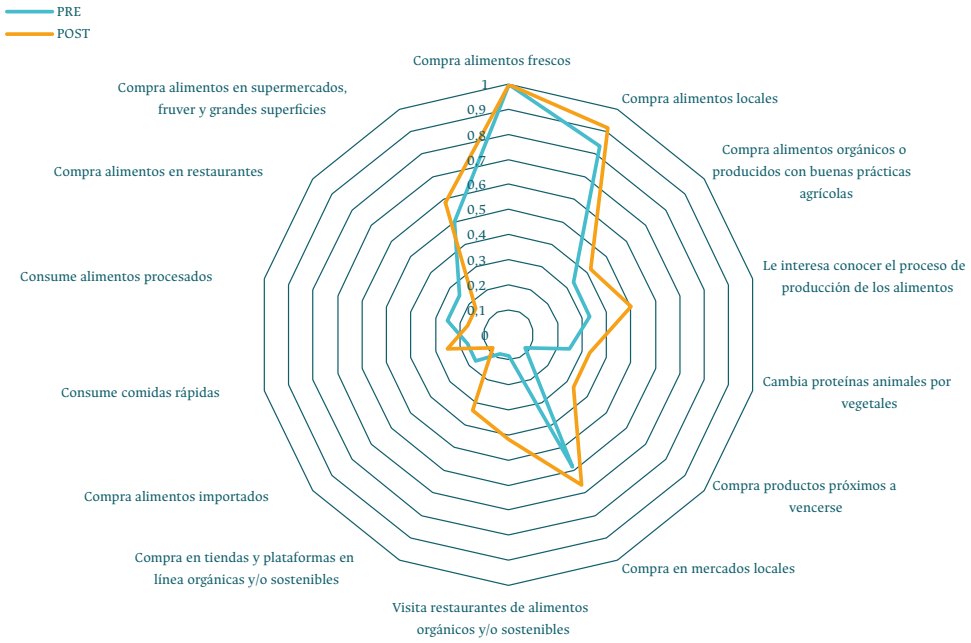
ESTO DEMUESTRA QUE LOS ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES ESTÁN SUJETOS A LOS FACTORES HABILITANTES QUE LOS GOBIERNOS DEBEN PROPORCIONAR A LA POBLACIÓN PARA QUE ESTA PUEDA ADOPTAR ESTE TIPO DE HÁBITOS

transporte, como el clima, la seguridad y las distancias a recorrer (Akenji y Chen, 2016).

Por lo anterior, es fundamental desarrollar cada vez más campañas de sensibilización frente a los impactos ambientales relacionados con los vehículos particulares que funcionan con combustibles fósiles, planteando diferentes opciones que les permitan a las personas moverse de manera segura y cómoda. Estas acciones pueden ser, por ejemplo, servicios de carpooling, vehículos con combustibles alternativos, movilizarse en grupo, entre otros.

Figura 13

*Comparación perfil del consumidor de Chía – Dominio alimentación*



La figura anterior compara ciertas prácticas de consumo de alimentos antes y después de la implementación del proyecto. Cabe resaltar que, durante todo el proceso, si bien se fomentaron cambios en la dieta, también se fomentaron prácticas a la hora de comprar, consumir y desechar los alimentos. De allí se encontró que:

- **Comportamientos con cambios más significativos:** comprar productos próximos a vencerse, cambiar proteínas animales por vegetales, conocer el proceso de producción de los alimentos, visitar restaurantes de alimentos orgánicos y/o sostenibles.
- **Comportamientos cambios leves:** comprar en mercados locales, comprar en tiendas y plataformas en línea de alimentos orgánicos y/o sostenibles.
- **Comportamientos para reforzar:** comprar alimentos frescos, comprar alimentos locales.

De lo anterior demostramos que la mayoría de los comportamientos inculcados durante todo el proceso del proyecto, tuvieron cierto grado de cambio. Esto demuestra que la adopción de nuevos hábitos requiere constante monitoreo y sensibilización y que, si las personas conocen los impactos ambientales asociados con la producción, transporte y disposición final de los alimentos, el cambio de hábitos se puede generar de manera escalonada.

Cabe resaltar que, existen aún algunas barreras percibidas por la población para la adopción de prácticas sostenibles en la alimentación, como lo son los costos elevados de los alimentos producidos con buenas prácticas ambientales y barreras culturales, y personales como el gusto por la carne de res. Si bien hubo participantes que manifestaron que reemplazar la proteína animal por vegetal resultó para ellos un sacrificio particularmente grande, reflexionaron que es posible, al menos, una vez por semana.

**LAS DIETAS SOSTENIBLES SON AQUELLAS QUE GENERAN UN IMPACTO AMBIENTAL REDUCIDO, CONTRIBUYENDO A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL Y A QUE LAS GENERACIONES ACTUALES Y FUTURAS LLEVEN UNA VIDA SALUDABLE.**

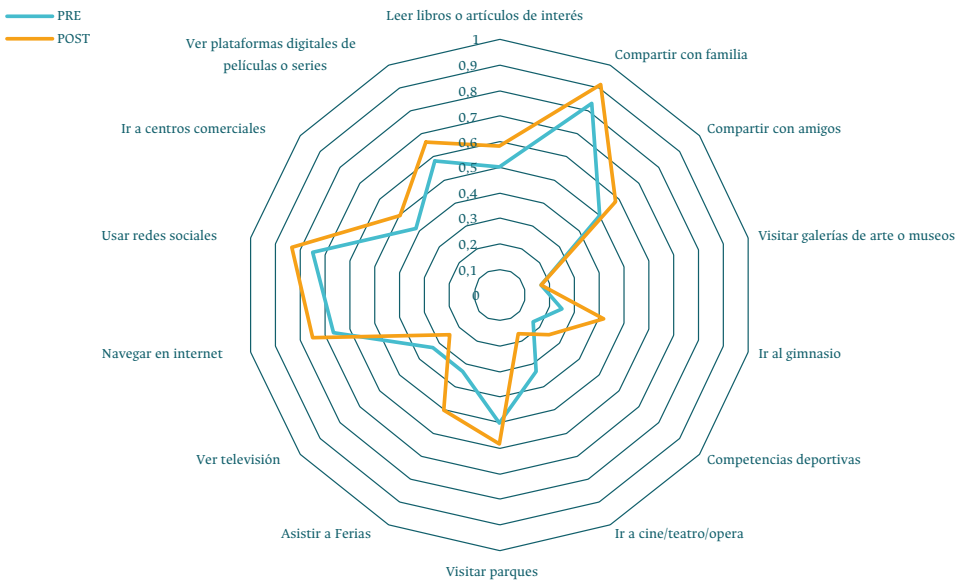
Recordemos que las dietas sostenibles son aquellas que generan un impacto ambiental reducido, contribuyendo a la seguridad alimentaria y nutricional y a que las generaciones actuales y futuras lleven una vida saludable. Además, protegen y respetan la biodiversidad y los ecosistemas, son culturalmente aceptables, económicamente justas y asequibles, nutricionalmente adecuadas, inocuas y saludables, y optimizan los recursos naturales y humanos (FAO, 2010). La FAO destaca en esta definición, la importancia de que las dietas sean tanto saludables como ambientalmente sostenibles pero que, además, sean económicamente asequibles. Por tal motivo, es fundamental que los precios de los alimentos producidos de forma sostenible sean competitivos en el mercado y que más allá de eso, se inculque la importancia de reducir el consumo de ciertos alimentos con impactos ambientales más marcados.

Como investigadoras destacamos que el grupo piloto comenzó a incluir criterios de sostenibilidad en la compra y consumo de sus alimentos, demostrando que el proyecto logró su objetivo de promoción de criterios ambientales en la alimentación. Lo que quisimos fomentar principalmente, fue que la población conociera los procesos productivos

de sus alimentos, siempre priorizando los que son producidos localmente, con mejores prácticas agrícolas y con menos empaques, reduciendo los impactos relacionados con el transporte y el embalaje con materiales como el plástico y el poliestireno.

Figura 14

*Comparación perfil del consumidor de Chía – Dominio ocio*




La figura anterior expone una comparación entre las actividades de ocio realizadas por el grupo piloto, antes y después del proyecto. Esto con el fin de evaluar si se realizó algún cambio en alguna de estas prácticas, teniendo en cuenta su impacto ambiental. Durante el desarrollo del proyecto, se fomentaron actividades de ocio con ciertos criterios de sostenibilidad que incluían, desconectarse de aparatos tecnológicos y conectarse más con la naturaleza, asistiendo a parques, haciendo de-

portes o acudiendo a eventos culturales, teniendo siempre presente el no uso de desechables y la compra consciente de bienes. De la figura se encontró que:

- **Actividades con cambios más significativos:** asistir a ferias, visitar parques, ir al gimnasio.
- **Actividades con cambios leves:** compartir con familia, compartir con amigos, leer libros o artículos de interés.
- **Actividades a reforzar:** visitar galerías y museos, ir a cine/teatro/ópera y participar en competencias deportivas.

Lo anterior demuestra que prácticas como visitar parques e ir al gimnasio responden a patrones evidenciados durante el desarrollo del proyecto, en donde los participantes manifestaban que pasar tiempo de calidad con sus seres queridos y buscar la naturaleza era fundamental para la salud mental. Si bien muchos comentaron que en el día a día sí empleaban su tiempo de ocio conectados a dispositivos electrónicos ya sea celular, televisor o computador pues no contaban con el tiempo y energía suficiente para desarrollar actividades al aire libre debido a largas jornadas laborales, en general, los fines de semana si buscaban la desconexión total. De igual forma, durante los talleres se discutió que el hecho de utilizar plataformas digitales y estar conectado no es del todo negativo, si se hace de una forma responsable y sostenible.

Según un artículo publicado por BBVA, tenemos una percepción muy reduccionista sobre las actividades que realizamos en nuestro tiempo libre. Esto implica que el ocio se relaciona principalmente con el turismo y el consumo de bienes, sin embargo, ¿por qué no crear una visión de ocio que implique una "suma de experiencias con trascendencia ambiental y económica que ayude a la cohesión social y a aminorar las brechas de vulnerabilidad y exclusión"? (BBVA, 2024). Esto se traduce en que las personas puedan precisamente usar su tiempo libre para activi-

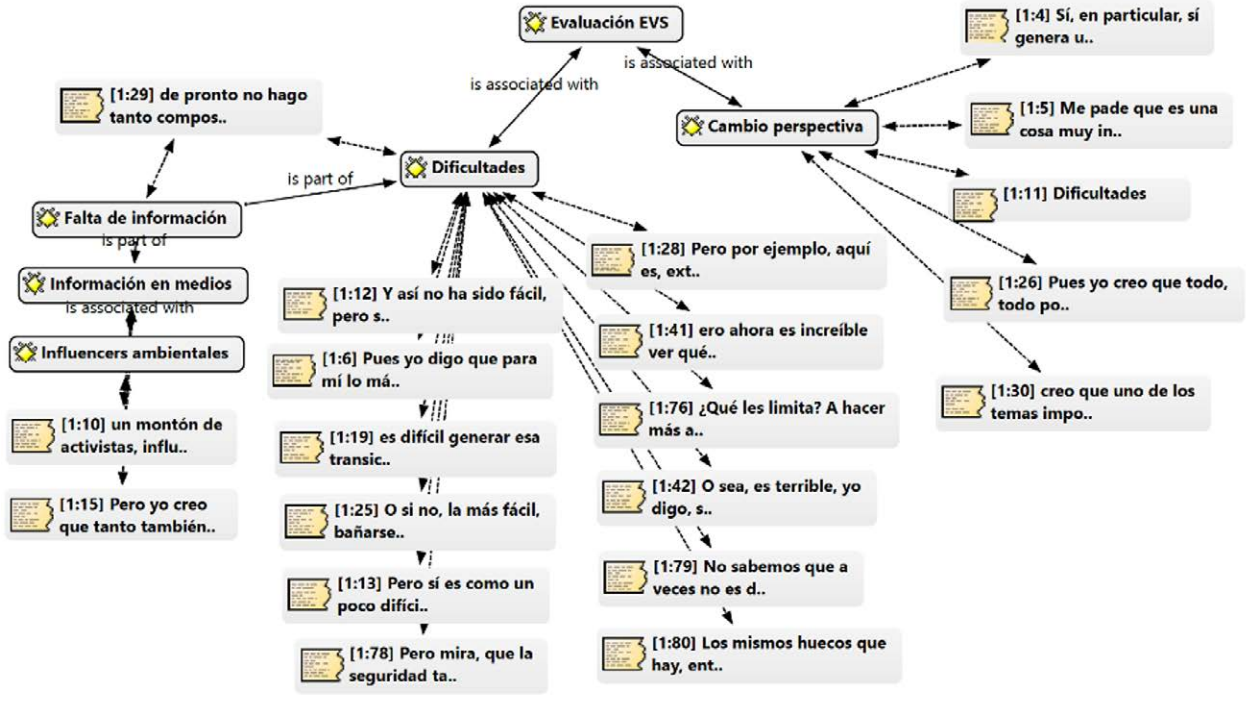
dades que les permitan reconectar con la naturaleza, contribuir al desarrollo humano (como su salud al hacer ejercicio) y consumir de manera consciente. Así, nuestras actividades de ocio nos permitirán no solo generar espacios para nuestro crecimiento personal sino también adoptar prácticas de consumo responsable. Esto es precisamente lo que como investigadoras quisimos inculcar durante todo el proyecto.

## Resultados Evaluación ATLAS.ti

Un aspecto por destacar es que este segundo grupo focal no solo se enfocó en revisar el cambio de los participantes por dominio, sino también en conocer sus dificultades y cambios en sus hábitos. Por eso iniciamos con una serie de preguntas: ¿Su perspectiva sobre la sostenibilidad cambió gracias al proyecto? ¿El proyecto tuvo algún tipo de impacto en su estilo de vida? ¿Qué dificultades tuvo? A partir de ellos surgió el siguiente gráfico realizado en ATLAS.ti, en dónde se aprecian fragmentos de las narraciones realizadas por los participantes, asociados a las dos categorías mencionadas (Dificultades y Cambio Perspectiva), algunas de ellas destacadas en el documento resultado del diagnóstico y evaluación, que puede consultarlas en el Anexo 2.

Figura 15

*Cambio de perspectiva y dificultades que tuvieron los participantes en la realización de las actividades propias de un EVS*




Fuente: realizada en ATLAS.ti

Adicionalmente, también desarrollamos una evaluación por dominio para saber los cambios a nivel específico como resumimos a continuación, pero que se encuentra de manera detallada, que puede consultarlas en el Anexo 2.




En el dominio de vivienda, los participantes mencionaron que aprendieron a implementar actividades de ahorro y uso eficiente de recursos, como reducir el tiempo en la ducha, usar electrodomésticos más eficientes y, además, reforzaron la separación de residuos para reciclaje. Sin embargo, algunas prácticas, como gestionar los residuos orgánicos, resultaron más difíciles de adoptar. A pesar de estas dificultades, la mayoría reconoció un mayor conocimiento sobre la importancia del ahorro y la eficiencia de los recursos en el hogar.




En el dominio de compras, los participantes cambiaron su perspectiva hacia la compra de productos de segunda mano y la preferencia por productos locales o nacionales. Se destacaron prácticas como evitar el uso de plástico, comprar solo lo necesario y adoptar alternativas sostenibles en higiene personal, como el uso de la copa menstrual. También se mencionó la importancia de reparar en lugar de desechar y de apoyar a los emprendimientos locales.




En cuanto a la movilidad, los participantes señalaron su interés en utilizar bicicletas y caminar, especialmente en trayectos cortos, como una forma de mejorar la salud y reducir la contaminación. Sin embargo, en algunas ocasiones el uso del automóvil suele ser una necesidad más que una elección, debido a las largas distancias y la falta de alternativas adecuadas y al alto tráfico.




En el dominio de alimentación, se aprendieron prácticas para reducir el uso de empaques plásticos, cultivar alimentos en casa y disminuir el consumo de carne de manera ocasional por razones ambientales, de salud y económicas. Los participantes también destacaron la importancia de reducir el desperdicio de alimentos mediante el compostaje y la preparación de recetas sostenibles con sobrantes.




En el ocio, los participantes mostraron un mayor interés en actividades al aire libre, como caminar y realizar turismo ecológico. Reconocieron la importancia de conservar los recursos naturales locales y optaron por opciones de turismo sostenible, como la elección de hoteles que minimizan su impacto ambiental. Además, subrayan la importancia de educar a las generaciones más jóvenes sobre la conservación de la naturaleza y el respeto por la fauna local.

A partir de los ejercicios que mostramos anteriormente, construimos un perfil potencial del consumidor sostenible del municipio de Chía, y los organizamos en los 5 dominios de EVS para entender sus diferentes hábitos de consumo.

Tabla 7

*Perfil potencial consumidor sostenible de Chía*

| Dominio | Perfil del potencial consumidor sostenible de Chía |
|---|---|
|  | **El grupo piloto de estudio, además de las acciones que ya realizaba, adoptó las siguientes acciones como resultado del proyecto:**<br><br>• Compra muebles de segunda.<br>• No arroja el aceite usado al desagüe.<br>• Revisa el estado de grifos y tubería.<br>• Utiliza la lavadora con carga completa.<br>• Aprovecha la luz natural al máximo.<br>• Utiliza bombillos de bajo consumo.<br>• Desconecta los cargadores de sus dispositivos cuando han terminado de cargar.<br>• Ha adoptado prácticas como el ahorro de agua y energía y hace una mejor gestión de sus residuos.<br>• Apagar las luces cuando sale de algún espacio.<br>• Aún encuentra dificultades en cambiar hábitos arraigados y en convencer a otros miembros del hogar de seguir estas prácticas. |
|  | **El grupo piloto de estudio, además de las acciones que ya realizaba, adoptó las siguientes acciones como resultado del proyecto:**<br><br>• Evitar el uso de papel.<br>• Rechaza plásticos de un solo uso.<br>• Compra productos que pueden ser reparados.<br>• Repara o regala bienes como accesorios y ropa.<br>• Prioriza criterios ambientales, necesidad y utilidad a la hora de comprar algún bien.<br>• Evita las compras impulsivas.<br>• Prefiere productos locales o de segunda mano. |

| Dominio | Perfil del potencial consumidor sostenible de Chía |
|---|---|
|  | **Para este dominio no se evidenciaron cambios significativos, debido a que, desde el diagnóstico, la población manifestó el uso de medios de transporte sostenibles. Se siguen encontrando desafíos como la seguridad, el clima, y las condiciones de las vías que afectan su capacidad para caminar o usar bicicletas regularmente.** |
|  | **El grupo piloto de estudio, además de las acciones que ya realizaba, adoptó las siguientes acciones como resultado del proyecto:**<br>• Tiene en cuenta productos próximos a vencerse en sus compras.<br>• Cambia proteínas animales por vegetales ocasionalmente.<br>• Disminuye su consumo de alimentos procesados y comidas rápidas.<br>• Reduce su generación de desperdicio de alimentos.<br>• Incluye criterios de sostenibilidad en la compra y consumo de alimentos. |
|  | **El grupo piloto de estudio, además de las acciones que ya realizaba, adoptó las siguientes acciones como resultado del proyecto:**<br>• Disminuye su tiempo dedicado a ver plataformas digitales de películas y series, así como el uso de redes sociales.<br>• Asiste a ferias, conciertos, cine y teatro.<br>• Realiza más actividades al aire libre.<br>• Prefiere opciones de turismo que minimicen impactos ambientales. |

En general, evidenciamos que se realizaron cambios significativos en varias acciones promovidas por el proyecto, como lo refleja el perfil del potencial consumidor sostenible de Chía. También resaltamos que existen prácticas que no son tan fáciles de adoptar, como por ejemplo el solo comprar productos que sean sostenibles que suelen ser más costosos, reutilizar agua de la lavadora, adquirir electrodomésticos de bajo consumo, y realizar compostaje en casa, entre otros. Además de esto, **pudimos observar un cambio significativo en la percepción sobre la sostenibilidad, donde los participantes ahora ven más opciones y acciones que pueden tomar para vivir de manera más sostenible.** Sin embargo, siguen existiendo desafíos en la implementación de los EVS, porque, aun-

que los participantes están motivados a cambiar sus hábitos, encuentran barreras en la adopción de ciertas prácticas sostenibles, particularmente en el contexto familiar y en la comunidad, debido a infraestructuras inadecuadas y falta de apoyo generalizado. Sumado a esto, se necesita más trabajo para educar y motivar a otros en la comunidad para que se adopten prácticas sostenibles, sugiriendo un enfoque más fuerte en la sensibilización y el compromiso comunitario. Para ello, a continuación, mostraremos algunos trabajos que se han realizado en otras ciudades de Colombia y el mundo, en donde se ha trabajado con temas similares a los nuestros, llegando a conclusiones parecidas, soportando la descripción a la que llegamos con el perfil del habitante de Chía.

Para explicar los resultados del cambio de perfil y en general los cambios en el EV de las personas, el autor Echeverria (2021) nos muestra su perspectiva en la introducción del libro *Salvación*. Allí se destacan los cambios necesarios para adoptar un estilo de vida sostenible, diferenciando entre aquellos que son relativamente fáciles y los que pueden resultar más desafiantes. Entre las medidas más accesibles se encuentra la reducción en el uso de energía, agua y plástico, cambios que simplemente requieren ajustes en la conducta cotidiana del consumidor. Por otro lado, existen cambios que pueden ser más difíciles de implementar debido a implicaciones más profundas en el estilo de vida y la cultura. Por ejemplo, renunciar al uso del automóvil o cambiarlo por uno eléctrico, disminuir significativamente el consumo de carne de res, minimizar los viajes aéreos, comprar menos ropa y optar por productos orgánicos y locales. Estos últimos no solo requieren un mayor esfuerzo individual, sino también un cambio en las percepciones y valores personales, lo que puede ser un desafío mayor para muchas personas.

Frente al tema de la ropa, encontramos un trabajo realizado por Artaiz (2022), en la Universidad de Zaragoza, titulado *Factores que afectan en la decisión de comprar prendas de ropa: sostenibilidad, procedencia, estado, calidad y precio*. El estudio reveló que los consumidores prefieren ropa

de calidad media a lujo, mientras que las prendas no sostenibles, de origen asiático o usadas son menos deseables. El precio demostró tener un efecto negativo en la decisión de compra, coherente con la teoría económica de que precios más altos disminuyen la demanda. Este trabajo destaca la relevancia de la sostenibilidad, calidad y procedencia en las preferencias de compra de ropa, de manera similar al consumidor sostenible de Chía.

**SE MUESTRA LA IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN SOBRE BENEFICIOS AMBIENTALES Y DE SALUD COMO UN FACTOR CLAVE PARA FOMENTAR EL CONSUMO RESPONSABLE.**

Delgado y Durillo (2023), también investigaron las razones detrás de la compra de productos de segunda mano, explorando cómo la sostenibilidad, el ahorro económico y la percepción social influyen en el comportamiento del consumidor. Los resultados muestran que los consumidores valoran positivamente la sostenibilidad y la singularidad de los productos usados, siendo el ahorro económico el principal motivador de estas compras. Además, se destaca el papel de las plataformas en línea en facilitar el acceso y aumentar la aceptación de estos productos, contribuyendo a un cambio significativo en la percepción social hacia los bienes de segunda mano. Este es un aspecto en el que, para el caso de Chía, debemos seguir trabajando para romper con estigmas, mitos, prejuicios o estereotipos relacionados con los productos usados o también llamados de segunda mano.

Arroyave (2015) realizó un estudio enfocado en las *Tendencias de producción y consumo ecológico en Antioquia*, para ver cuáles eran las preferencias de los consumidores en Antioquia hacia alimentos cultivados o procesados con técnicas ambientalmente amigables. En este trabajo se encontró que los consumidores valoran altamente los alimentos orgánicos y sostenibles, mostrando una disposición a pagar precios más altos por productos que consideran más saludables y beneficiosos para

el ambiente. Además, se muestra la importancia de la educación sobre beneficios ambientales y de salud como un factor clave para fomentar el consumo responsable, lo que puede ser determinante en las decisiones de compra, resaltando nuevamente la importancia de la educación ambiental para modificar los hábitos de consumo de los habitantes.

En el trabajo de Cardona (2008), en donde se exploran las preferencias relacionadas con el ocio y la movilidad dentro del espacio urbano de Antioquia, concuerdan con nuestros resultados para el perfil del habitante de Chía. Aquí se hace destacando cómo los espacios públicos juegan un papel crucial en la configuración de estilos de vida. Los resultados indican que los individuos tienden a preferir lugares que facilitan la interacción social y actividades físicas, como parques y espacios recreativos, que no solo fomentan el bienestar físico sino también la cohesión comunitaria. Sin embargo, la falta de infraestructura adecuada y el diseño urbano que privilegia el transporte motorizado sobre modalidades más sostenibles como caminar o andar en bicicleta pueden limitar estas prácticas, evidenciando la necesidad de políticas urbanas que promuevan un uso más equitativo y saludable del espacio público.

## RESULTADOS PARA NUESTRO ALIADO ESTRATÉGICO - LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE CHÍA

Para la ejecución de este proyecto en el municipio de Chía, realizamos un convenio con la Personería Municipal, que contribuyó al cumplimiento de una de las metas de su Plan de Acción, la cual consistía en adelantar actividades de divulgación y promoción a través de estrategias de comunicación y sensibilización del derecho colectivo al ambiente.

El convenio establecido con esta entidad consistió en la asignación de tiempo por parte de sus funcionarios, la gestión de espacios para los encuentros, la convocatoria de la comunidad para la realización de talle-

res y diligenciamiento de las encuestas necesarias para la obtención de información y la divulgación a través de redes sociales, grupos de WhatsApp, página institucional y canales de comunicación como la emisora municipal y el canal de televisión local.

Igualmente **con el apoyo de la Personería Municipal se logró el acercamiento a diferentes actores del municipio,** como lo fue la participación de miembros de las Juntas de Acción Comunal, Veedurías ciudadanas, Personeros estudiantiles, grupo de Scouts, profesores de los Proyectos Ambientales Escolares (PRAES) y la participación en el Comité Interinstitucional de Educación Ambiental (CIDEA); gracias a la participación de estos entes pudimos dar a conocer las actividades y estrategias llevadas a cabo durante la ejecución del proyecto.

Resaltamos también, el desarrollo de actividades que ayudaron a impulsar a varios emprendimientos y negocios existentes en el municipio que cuentan con prácticas sostenibles, además de promocionar a varios negocios verdes que realizan su venta de manera virtual y no cuentan con espacios para su divulgación; eventos tipo taller que no se habían implementado con este enfoque en el municipio.

Así mismo, el proyecto construyó un directorio que puede revisar a través del Anexo 6 y mapa digital que recopiló y georreferenció varios emprendimientos sostenibles promocionando sus servicios y ofreciendo información práctica para los ciudadanos como la ubicación de las estaciones de clasificación y aprovechamiento, los establecimientos de recepción de residuos de posconsumo, con el fin de que sean reciclados o dispuestos correctamente y la ubicación de la red de ciclorrutas del municipio con sus respectivos servicios, como parqueadero gratis y préstamo de bicicletas; convirtiéndose en una herramienta interactiva que puede ser actualizada de manera continua.

Es importante resaltar que aun cuando el grupo piloto fue conformado por ciudadanos interesados en el tema ambiental; en los talleres y ferias realizadas durante el proyecto, el equipo de trabajo de la Per-

sonería en cabeza de la Personera Municipal, pudo participar de estas actividades y salir un poco de su quehacer diario del ámbito jurídico que tienen los servidores públicos de esta institución, para conocer más sobre las problemáticas ambientales que nos rodean y aprender a implementar acciones que pueden generar hábitos más sostenible.

Adicionalmente y gracias al proyecto, la Personería pudo involucrar a la comunidad del municipio interesada en los aspectos ambientales y conocer su opinión sobre falencias que tiene el municipio con relación a este tema, en las cuales esta entidad puede intervenir para proteger el derecho que tiene toda persona a un ambiente sano para su desarrollo y bienestar, como lo establece la Constitución de 1991.

Es así como la misma Personera agradece haber hecho parte de este proyecto, pues esto le sirvió para adoptar acciones sostenibles en su vida personal, las cuales replicó en su núcleo familiar. De esta forma se puede evidenciar que el proyecto no solo influyó en el grupo piloto que participó en las actividades, sino que también este grupo de personas se convirtieron en replicadores de EVS, dando un ejemplo a familiares y amigos con las acciones aprendidas.

Uno de los logros que obtuvo la Personería Municipal con este proyecto, fue el haberlo presentado dentro del Comité Interinstitucional de Educación Ambiental (CIDEA), que es un comité conformado por todas las Secretarías de la administración municipal, en el que cada una debía presentar y ejecutar un proyecto ambiental durante el año. Este proyecto sobre EVS, se convirtió en uno de los más innovadores del comité, por abarcar varias temáticas ambientales, por emplear actividades lúdicas y participativas que se salen de las capacitaciones que comúnmente se emplean como parte de los procesos de educación ambiental y sobre todo por el diagnóstico que se generó con participación de la comunidad, y que tiene el potencial de convertirse en un insumo para formular más proyectos por parte de las entidades públicas del municipio,

así como lo fue para la Personería Municipal, quien emitió un certificado por la contribución del proyecto en la toma de decisiones de la entidad.



Este es un ejemplo de cómo proyectos que lideran procesos de educación ambiental, como fue el caso de este, son muy relevantes para sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de la conservación de nuestros recursos naturales, de nuestro impacto en el ambiente y sobre todo para promover la implementación de prácticas sostenibles que nos ayuden a mantener un equilibrio entre el cuidado del medio natural, el crecimiento económico y el bienestar social.

Foto 1. *Feria de Alimentación Sostenible - Actividad Creando mi Huerta*



Foto 2. *Feria Navidad Sostenible - Emprendimientos*



Foto 3. *Taller de Compras y Ocio - Participantes*




Foto 4. *Sistema público de bicicletas de Chía - Parque Santander*



Foto 5. *Huero Casero - Mariela Rodero participante del grupo piloto*

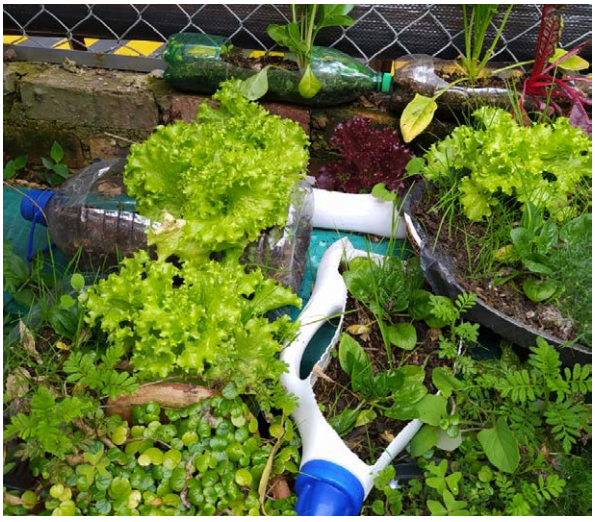


Foto 6. *Separación de residuos orgánicos - Faisuly Blanco Personera Municipal de Chía 2020 - 2023.*



# 4



# REFLEXIONES DEL PROCESO

y lecciones aprendidas

## A CONTINUACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS 10 PRECEPTOS DEFINIDOS POR (AKENJI Y CHEN, 2016),

sobre los EVS, destacamos, desde nuestra experiencia con el presente proyecto, cómo estos son demostrados completamente a partir de los talleres, ferias y encuentros realizados con la comunidad, así como de sus experiencias personales:

Tabla 8

*Validación de los preceptos de los EVS*

| Precepto | Nivel | Comentario |
|---|---|---|
| No existe un estilo de vida sostenible universal: lo que es sostenible en un lugar puede variar en otro. | Alto | Es completamente cierto. Por ejemplo, en municipios como Chía, que se ubican en la sabana de Bogotá, con condiciones climáticas templadas a frías, no es necesario el uso de aire acondicionado, por lo que esta variable no se considera a la hora de promover acciones sostenibles. |
| Los estilos de vida son habilitados por normas sociales y el entorno en el que se encuentran las poblaciones: es importante diferenciar entre los factores que pueden ser adoptados a nivel personal o familiar y aquellos que se salen de las manos del individuo. | Alto | 100 % cierto, por ejemplo, si fomentamos el uso de la bicicleta, debemos tener en cuenta si el municipio cuenta con la infraestructura adecuada para poder promover este tipo de acciones. Temas como la inseguridad, la falta de ciclorrutas o la falta de iluminación, son factores que se pueden volver obstáculos a la hora de adoptar estilos de vida sostenibles, y que no dependen directamente de la persona. Por eso, es fundamental fomentar un trabajo compartido con las entidades públicas para proporcionar a la población los factores habilitantes necesarios para promover estas acciones. |

| Precepto | Nivel | Comentario |
|---|---|---|
| Los estilos de vida no son estáticos: cambian con las dinámicas de las sociedades. Las visiones y aspiraciones de vida cambian a medida que su situación personal, la sociedad, los conocimientos, las normas y las tecnologías cambian. | Alto | Totalmente cierto. Por ejemplo, a la hora de fomentar el uso de la bicicleta, la Secretaría de Movilidad ha hecho avances en políticas públicas, en infraestructura e incluso en tecnología para que las personas, por medio de sus celulares, puedan acceder al mapa de ciclo rutas del municipio. |
| Las necesidades y deseos están influenciados por el tiempo y la sociedad: a medida que las sociedades evolucionan, o se vuelven más complejas, lo que se considera como necesidades básicas, evolucionan también. | Alto | Aplica 100 %. Un ejemplo de esto son los celulares o computadores. Anteriormente, y sobre todo para municipios pequeños, estos dispositivos no eran una necesidad.<br>Ahora, nuestro diagnóstico nos mostró que una de las actividades de ocio que más realiza la población es navegar en internet, demostrando la necesidad de este tipo de dispositivos. |
| Más allá de permitir satisfacer necesidades básicas y vivir dignamente en una sociedad, los aumentos en los ingresos personales no se traducen directamente en felicidad: no se debe asumir que el crecimiento económico se traduce directamente en un aumento en la felicidad y el bienestar de una población. | Alto | Aplica totalmente. Las personas del municipio, dentro de las actividades, manifestaban que factores como, por ejemplo, la falta de vías y el tráfico disminuían la calidad de vida de los habitantes. Esto demuestra que, aunque la población tenga el poder financiero para comprar un carro, esto no se traduce directamente en una mejor calidad de vida. |
| Los impactos ambientales asociados a los estilos de vida no son intencionales, más bien, son consecuencia de la obligación de satisfacer necesidades básicas y deseos: los consumidores no necesariamente tienen la intención de contaminar, es la manera en la que la sociedad está organizada la que permite dichos impactos. | Alto | Aplica 100 %. Esto lo manifestaron algunos miembros de nuestro grupo piloto. Por ejemplo, mencionan que primero, no se cuenta con la suficiente información para entender la conexión que hay entre los estilos de vida y los impactos ambientales. Y segundo, algunas veces no se cuenta con opciones más sostenibles.<br>Por ejemplo, se sabe el impacto ambiental del plástico, sin embargo, a la hora de comprar, los establecimientos para la compra de bienes como alimentos o productos de aseo, únicamente ofrecen opciones con este material. Esto no permite que las personas accedan a opciones más sostenibles. Por lo cual, uno de nuestros productos fue un directorio sostenible en donde las personas pueden identificar lugares que proporcionan productos y servicios más sostenibles dentro de su municipio. |

| Precepto | Nivel | Comentario |
|---|---|---|
| La mayoría de los impactos ambientales de los estilos de vida se pueden abordar centrándose en los cinco dominios mencionados anteriormente: debe abordar los sistemas de valores subyacentes (incluido lo que contribuye al bienestar) y revisar la elección de infraestructura que respalda los estilos de vida. | Alto | Total, al promover estilos de vida sostenibles se debe abordar el sistema de valores de la población. La educación ambiental por sí sola no genera un cambio a largo plazo.<br>Siempre debemos preguntarnos ¿qué significa bienestar para mi público objetivo? ya que las vivencias y contextos cambian la percepción de la realidad. También se deben tener en cuenta los factores habilitantes que le permiten a las personas adoptarlos, como la infraestructura. |
| El hecho de tener conocimiento sobre el consumo sostenible no necesariamente se traduce en la adopción de hábitos y estilos de vida sostenibles: el conocimiento no se traduce directamente en acciones, esta brecha sugiere que muchas veces, la falta de acceso o de condiciones habilitantes supera el conocimiento y la conciencia ambiental. | Alto | Aplica en un muy alto grado. El mejor ejemplo de esto son las campañas para la correcta separación de residuos. Nuestro grupo piloto nos comentaba que no sirve de nada aprender a cómo separar los residuos si no existen empresas de reciclaje o rutas de recolección selectivas de residuos aprovechables y orgánicos. Ya que así la población separe, todo se une nuevamente en los camiones de recolección de la empresa de aseo del municipio (condiciones habilitantes) y todos los residuos terminan en el relleno sanitario. Esto desmotiva mucho a la población y hace que este tipo de acciones sostenibles no se adopten. |
| Los enfoques verticales para cambiar los estilos de vida sólo tendrán éxito con la participación de la sociedad civil: los enfoques ascendentes, como las innovaciones y los movimientos sociales, son fundamentales para abrir nuevas vías y fomentar la aceptabilidad de soluciones sostenibles. | Alto | Nuestro grupo piloto comentaba que no nos podemos quedar esperando a que los gobiernos e instituciones instauren las condiciones habilitantes y los mecanismos de participación para la adopción de estilos de vida sostenibles. Esto debe ser un movimiento con enfoque ascendente en donde el consumidor es el que marca la diferencia con sus acciones y hábitos diarios, poniendo presión en las instituciones y empresas para que se brinden las condiciones habilitantes necesarias para el correcto desarrollo de soluciones sostenibles. |

# REFLEXIONES FINALES

- Es fundamental que todas las herramientas utilizadas se construyan con un lenguaje claro para el público objetivo. No emplear conceptos muy técnicos o, en su defecto, incluir las explicaciones necesarias para evitar confusiones y malinterpretaciones.
- Debemos reconocer que las personas no parten de cero, especialmente si deciden hacer parte de un proceso de cambio y aprendizaje en el tema de EVS. Este conocimiento previo y el obtenido durante el proyecto, debe ser monitoreado de manera periódica a través de herramientas como las propuestas en esta investigación.
- El aprendizaje en torno a la adopción de hábitos sostenibles también se da en doble vía. Durante el proceso nos encontramos con acciones que eran implementadas por las personas y que no habíamos tenido en cuenta desde el inicio, lo que enriqueció el desarrollo del proyecto.
- Para ver resultados concretos de un cambio en el estilo de vida, es necesario desarrollar actividades lúdicas y dinámicas, más allá de charlas de sensibilización. ¡No podemos cambiar hábitos solo con capacitaciones!
- ¡La creatividad es importante! Siempre debemos buscar formas innovadoras de transmitir conocimiento y hábitos sostenibles. Hacer uso de diferentes herramientas didácticas como juegos, vídeos, piezas o trivias, entre otros. Esto permite mantener a nuestro público interesado en lo que queremos, no quedarnos en él "*reduce, reúsa y recicla*" ¡Siempre debemos ir más allá! Entre más activa y llamativa sea la propuesta de acción sostenible, más fácil será su adopción,

como el caso de las recetas sostenibles, las huertas caseras o el compostaje a pequeña escala.

- Es primordial involucrar activamente a las personas, esto incentiva la participación consciente, hace que se sientan vinculados en el proceso y que continúe ampliando su motivación para tener un EVS.
- ¡No todos son premios, pero ayudan! Incentivar la participación a través de actividades tipo concurso, motiva y atrae el interés de nuevos participantes.
- El hecho de que las personas tengan conocimiento sobre los impactos ambientales asociados a su consumo no garantiza que cambien sus hábitos. Para esto es importante realizar actividades de seguimiento a corto, mediano y largo plazo con su respectivo seguimiento, para verificar si realmente se adoptaron los nuevos hábitos.

## CONCLUSIONES

- Es fundamental tener en cuenta el contexto cultural y social de la población objetivo para construir las preguntas de las encuestas y las estrategias a implementar. Por ejemplo, si se encuentran en una zona en donde se utilice aire acondicionado o calentadores, es imperativo incluir preguntas sobre este tema en el dominio de vivienda (dado su consumo de energía). Cada lugar tiene sus particularidades, con hábitos característicos como la comida que se consume o los productos que se compran.
- Es imperativo reconocer que la transición hacia prácticas sostenibles toma su tiempo. La transformación de actividades en hábitos a lo largo de un periodo de tiempo sostenido

requiere de nuestra constancia. Esta revelación subraya la importancia de no solo persistir en la aplicación y monitoreo de estos comportamientos, sino también en la necesidad de expandir y escalar nuestros esfuerzos.

- Se hace necesario analizar cómo este tipo de proyectos se pueden continuar y escalar a tal punto de poder realizar alianzas con actores (tanto públicos como privados) que por medio de políticas públicas puedan proporcionar a la población todas las condiciones habilitantes necesarias para el desarrollo de estos hábitos, así como facilitar su adopción, e inclusive su promoción. Un ejemplo de esto son los países que tienen políticas estrictas de separación de residuos, en donde se sanciona por medio de multas una separación inadecuada. Esto no solo permite reforzar el comportamiento en la población, también mejora los sistemas de reciclaje y aprovechamiento de materiales.
- El proyecto implementado en Chía ha demostrado eficazmente que las colaboraciones con entidades locales y organizaciones comunitarias (en nuestro caso la Personería Municipal y la JAC de Tíquiza), son cruciales para desarrollar estrategias que involucren a la población y que sean más difundidas, aumentando su alcance. Estas alianzas permitieron no solo desarrollar campañas de educación ambiental con la comunidad, sino también facilitar la implementación de acciones concretas para la promoción de EVS. La activa participación de la comunidad, fortalecida por el compromiso de diversos actores, fue esencial para adaptar las intervenciones a las necesidades y características locales, maximizando así su efectividad y sostenimiento durante el proceso.
- Adoptando un enfoque participativo, el proyecto ha redefinido los procesos de educación ambiental en Chía, utilizando

herramientas didácticas y métodos interactivos como talleres y grupos focales que fueron decisivos para transformar la percepción y el comportamiento de la comunidad respecto a la sostenibilidad. Esta metodología permitió no solo transmitir información, sino también generar un espacio de diálogo y reflexión que empoderó a los ciudadanos a ser agentes activos e invitar a otros a serlo, demostrando la eficacia de combinar la enseñanza teórica con la práctica aplicada en el contexto de sus propias vidas y entorno.

- A pesar de los desafíos identificados, como mitos arraigados y limitaciones de infraestructura, el proyecto estableció un precedente alentador para la adopción de EVS en Chía, identificando oportunidades claras para la mejora continua, incluyendo la necesidad de estrategias más adaptadas y flexibles que consideren las particularidades culturales y socioeconómicas de la comunidad. La implementación de EVS en Chía reveló que, aunque el camino hacia la sostenibilidad es complejo y lleno de obstáculos, es posible progresar significativamente con un enfoque bien estructurado y el apoyo conjunto de la comunidad y las autoridades locales.

Foto 1. *Pieza Conversatorio ¿Y cómo vamos?*



Foto 2. *Transmisión en vivo - Comité Ambiental Rural y Territorial de Chía*




Foto 3. *Grupo focal - Fase de Evaluación*





# REFERENCIAS

Acaroglu, L. (2019). The Anatomy of Action for Sustainable Living. Nairobi: United Nations Environment Programme. online: www.anatomyofaction.org

Akenji, L. & Chen, H. (2016). A framework for shaping sustainable lifestyles. Determinants and strategies. Recuperado el 16 de enero de 2024, de https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/a_framework_for_shaping_sustainable_lifestyles_determinants_and_strategies_0.pdf

Arroyave Ramírez, C. A. (2015). *Tendencias de producción y consumo ecológico en Antioquia* (Master's thesis, Universidad de Medellín).

Artaiz Calvo, M. (2022). *Factores que afectan en la decisión de comprar prendas de ropa: sostenibilidad, procedencia, estado, calidad y precio*. Universidad de Zaragoza, Zaragoza. https://zaguan.unizar.es/record/118537/files/TAZ-TFG-2022-1640.pdf

Borràs Català, V., López, P., & Lozares Colina, C. (1999). La articulación entre lo cuantitativo y lo cualitativo: de las grandes encuestas a la recogida de datos intensiva. *Revista Iberoamericana de Estadística, 1*, 23-40. Institut d'Estadística de Catalunya, Barcelona. https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/4119/article.pdf

PNUD. (s.f.). Los ODS en acción. Recuperado el 16 de enero de 2024, de https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals

BBVA. (2024). Más allá del turismo: ¿sabes qué es un plan de ocio sostenible? Recuperado de: https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/mas-alla-del-turismo-sabes-que-es-un-plan-de-ocio-sostenible/

Cassa Anguita, J., Repullo Labrado, J. R., & Donado Campos, J. (2000). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria, 31*(8):527-538. https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13047738

Cardona Rendón, B. M. (2009). Espacios de ciudad y estilos de vida. El espacio público y sus apropiaciones. *Educación Física y Depor-*

*te, 27*(2):39-47. Universidad de Antioquia, Medellín. https://doi.org/10.17533/udea.efyd.2246

Carrus, G., Pirchiob, S., & Tiberios, L. (2020). Transitions to sustainability, lifestyles changes and human well-being: cultural, environmental and political challenges. *PsyEcology, 11*(2):163-169.

Cortés, O. (2011). Comportamiento proambiental y pensamiento económico en la construcción del desarrollo sostenible. Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. *Revista Cultura, Educación y Sociedad*. pp. 43-56.

de Hernández, A. F. (1991). La investigación-acción participativa y la producción del conocimiento. *Faces*, 1-9.

Delgado Toledano, Á., & Durillo Zamora, I. M. (2023). Del desecho al tesoro: explorando el mercado de productos de segunda mano. *Revista de Administración y Dirección de Empresas*, (7), 35-60.

Echeverría, C. F. (2021). *Salvación: Estrategias personales ante el cambio climático*. Editorial Libros.com.

FAO. (2010). Sustainable Diets and Biodiversity Directions and Solutions for Policy, Research and Action. Fao Headquarters, Rome. E-ISBN 978-92-5-107288-2.

Gligo, N., Rodríguez, A., Edwards, G., Aldunce, P., Blanco, G., Burotto, V., Chirinos, D., Del Valle, A., Estrada, M., Lagos, C., Leiva, C., Sauma, E., Tobar, M., Urquiza, A., & Urquiza, M. (2020). La tragedia ambiental de América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Santiago de Chile. https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46633

Heidbreger, L. M., & Schmitt, M. (2020). Fasting plastic: an intervention study to break habits of plastics consumption. *PsyEcology, 11*(2):170-192.

Lara, G. M., & Colín, G. (2007). Sociedad de consumo y cultura consumista. *Argumentos, 20*(55):211-216.

Marsland, N., Wilson, I., Abeyasekera, S., & Kleih, U. (2001) Combining quantitative (formal) and qualitative (informal) survey methods. Socioeconomic Methodologies for Natural Resources Research. Best Practice Guidelines. Chatham, UK: Natural Resources Institute.

Martí, J. (2002). *La investigación-acción participativa: estructura y fases*. Obtenido de www.redcimas.org. https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_JMarti_IAPFASES.pdf

Obregón-Biosca, S. A. (2018). Características de movilidad de la población residente entre el medio urbano y rural de una zona metropolitana. *Papeles de población, 24*(97):145-172. https://doi.org/10.22185/24487147.2018.97.28

PNUD. (s.f.). *Los ODS en acción*. PNUD. https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals

Sánchez, A., Revilla Figueroa, D., Alayza Degola, M., Sime Poma, L., Mendívil Trelles de Peña, L., & Tafur Puente, R. (2020). Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de Maestría en Educación. Pontificia Universidad Católica del Perú. ISBN: 978-612-48288-0-5.

San Martín, D. (2014). Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 16(1):104-122.

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Statista. (2024). *Number of app downloads of SHEIN-Fashion Shopping Online worldwide from 2025 to 2024 YTD (in millions)*. Statista. https://www.statista.com/statistics/1283317/shein-group-number-of-app-downloads-worldwide/

Rivera-Torres, P., & Garcés-Ayerbe, C. (2018). Desarrollo del comportamiento proambiental en los individuos y sus determinantes. *Re-*

*vista Española de Investigaciones Sociológicas, 163*:59-78. http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.163.59

United Nations Environment Programme, & One Earth (2018). *Sustainable Lifestyles: Options & Opportunities*. https://wedocs.unep.org/20.500.11822/27185

Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, E. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Universidad de La Guajira. ISBN: 978-956-6037-04-0.

Vargas, K. O., Moreno, D. P., Acosta, V. O., González, M. C., & Beltrán, M. R. (2019). Cómo promover estilos de vida sostenibles en los jóvenes urbanos: una estrategia didáctica. *Hojas de El Bosque*, *5*(9):70-79.

Wemw, A. V., & Madsen, O. J. (2018). What Motivates Green Living? A Qualitative Investigation of Sustainable Life Choices. *Human Arenas, 1*:409-430.



# AUTORAS

## DIANA CAROLINA PÁEZ MORENO

paezdiana@unbosque.edu.co

Ingeniera Ambiental de la Universidad El Bosque, Magíster en Administración de Empresas Sostenibles y Especialista en Medio Ambiente y Desarrollo Local. Docente del Programa de Ingeniería Ambiental de la Universidad El Bosque, liderando procesos de proyección social, proyectos de investigación y desarrollo. Directora de la Fundación Modo Acción Sostenible, cuyo propósito es la promoción de la adopción de Estilos de Vida Sostenibles (EVS) en la comunidad, instituciones y organizaciones públicas y privadas. Ha participado en consultorías y trabajado de la mano con la ONU Medio Ambiente y la Embajada de Suiza en Colombia – Ayuda Humanitaria y Desarrollo (COSUDE) coordinando y diseñando estrategias para la promoción de EVS. Con más de 15 años de experiencia en trabajo de proyección social con alcaldías municipales, comités locales y de educación ambiental, redes y comunidades académicas.

## MARCELA RODRÍGUEZ BELTRÁN

marcelarb1103@gmail.com

Ingeniera Ambiental de la Universidad El Bosque. Estudiante de Maestría en Gerencia Ambiental y Sostenibilidad en la Universidad de Royal Roads, Victoria, Canadá. Experiencia en desarrollo de proyectos enfocados en estilos de vida sostenibles, ODS, huella de carbono y huella hídrica. Experiencia en docencia universitaria. Ha trabajado como consultora de proyectos en economía circular, desarrollo de estrategias de sostenibilidad y análisis de materialidad para empresas, como mánager de sostenibilidad en la industria audiovisual y analista de sostenibilidad en cadenas de valor para una empresa de alimentos.

## VIVIANA OSORNO ACOSTA

osornoviviana@unbosque.com

Bióloga de la Universidad de los Andes. Doctora en Bioética de la Universidad El Bosque. Magistra en Conservación y Uso de la Biodiversidad de la Pontificia Universidad Javeriana. Especialista en Docencia Universitaria de la Universidad El Bosque. Experiencia en Investigación en el área medio ambiental con bio-indicadores de contaminación y estilos de vida sostenibles. Actualmente es docente y líder del grupo de Investigación Agua, Salud y Ambiente de la facultad de Ingeniería en la Universidad El Bosque.

## MARÍA PAULA QUINTERO REYES

quinteromariap@unbosque.edu.co

Historiadora de la Pontificia Universidad Javeriana, con Maestría en Sostenibilidad de la Universidad Pontificia Bolivariana. Experiencia en proyectos de investigación sobre gobernanza del agua y en los estilos de vida sostenibles. Interés particular por la historia ambiental, la ecología política y el ecofeminismo. Actualmente se desempeña como docente del Departamento de Humanidades de la Universidad El Bosque.

## LAURA HEIDY MENDOZA AGUILAR

laurah2335@gmail.com

Ingeniera Geógrafa y Ambiental de la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales. Especialista en Planeación Ambiental y Geomática de la Universidad Militar Nueva Granada. Experiencia en cartografía, educación ambiental, protección de recursos naturales a nivel municipal, control de fuentes contaminantes y conocimientos en sostenibilidad.

# CÓMO PROMOVER ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES EN COMUNIDADES URBANO-RURALES

Fue editado y publicado por la Editorial Universidad El Bosque
Diciembre de 2024
Bogotá, D. C., Colombia

*Cómo promover estilos de vida sostenibles en comunidades urbano-rurales* surge del compromiso de la Universidad El Bosque con la sostenibilidad ambiental en el municipio de Chía, Cundinamarca, y documenta una experiencia práctica basada en la metodología de Investigación-Acción-Participación. A través del diagnóstico de comportamientos, la implementación de estrategias educativas y la evaluación de impactos, se promueve la adopción de estilos de vida sostenibles en cinco dominios esenciales: alimentación, vivienda, movilidad, compras y ocio, alineando el proceso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El contenido se organiza en cuatro capítulos: el primero describe el diseño de las herramientas de diagnóstico; el segundo presenta la construcción de contenidos y estrategias de sensibilización comunitaria; el tercero expone los resultados de la implementación y evaluación de las acciones, y el cuarto ofrece reflexiones y recomendaciones basadas en las lecciones aprendidas. A lo largo del libro se resalta la importancia de las alianzas comunitarias, la participación activa y el uso de herramientas prácticas para fomentar cambios sostenibles en el estilo de vida de las comunidades urbano-rurales. Finalmente, se concluye que la transformación hacia hábitos más sostenibles es posible mediante el empoderamiento de la comunidad y la creación de condiciones habilitantes que faciliten el cambio.



UNIVERSIDAD EL BOSQUE
Editorial