



Sostenibilidad ambiental, comercio y sociedad en Huauchinango Puebla.

Environmental sustainability, trade and society in Huauchinango Puebla

Alejandrina Escamilla-Uribe^{1*}, Nancy Marlem Rodríguez-Batalla¹.

¹Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior de Huauchinango, Avenida Tecnológico No.80, Código Postal 73174 Huauchinango, Puebla.

*Autor de correspondencia alejandrina.eu@huauchinango.tecnm.mx

Recibido 02 de julio 2023; recibido en forma revisada 11 septiembre de 2023; aceptado 30 de octubre 2023

RESUMEN

Hoy en día la importancia de aplicar la responsabilidad de manera contundente ante la iniciativa referente a lo que constantemente trabajan las Naciones Unidas, involucrando a 46 países y entre ellos México, desviándose y haciendo referencia a los países menos adelantados (PMA) para el logro de los objetivos del desarrollo mundial para el 2030, llevándose a cabo la 5ª conferencia del programa principal en Doha Catar en el mes de marzo del 2023 planteando acciones incluyendolas en la agenda 2030, eligiendo seis puntos relevantes a trabajar que nos involucran a todos como sociedad y dentro de estos algunos que se plantearon son, hacer frente al cambio climático, la degradación ambiental, la recuperación tras la pandemia de COVID-19 y sobre todo hacer frente a las futuras conmociones en aras del desarrollo sostenible, posteriormente la solidaridad internacional, asociaciones revitalizadas e instrumentos con un avance innovador hacia la graduación sostenible, invitandonos a reflexionar sobre la inclusión en nuestro entorno adoptando marcos reguladores de las practicas

socialmente responsable ante la sociedad como comercio y educación agregando una cierta obligatoriedad a estos temas difíciles de delimitar por la complejidad para reflexionar analizando el trabajo que se tiene para poder implementar, desarrollando estrategias que permitan crear soluciones a las problemáticas detectadas relacionadas a la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente, aplicando buenas prácticas o estrategias que van más allá de dar a conocerlas en aulas de las Instituciones Educativas, correspondiendo difundirlas de manera particular y éticamente hacia las empresas, organizaciones y pequeños comercios, sobre todo estos últimos que forman parte de nuestro entorno social, donde desconociendo la responsabilidad social y cuidado del medio ambiente siendo necesario promoverlas en los negocios y comercios ambulantes para que a su vez asuman la responsabilidad de los impactos que la actividad productiva emite degradando día a día nuestro entorno ambiental.

Palabras Clave: Sociedad, comercio, medio ambiente, sostenibilidad, responsabilidad.

ABSTRACT

The Huauchinango region has been in constant struggle to belong and be considered a magical town, although it has the title due to its beautiful diversity in the region, it lacks influx or visitors like other surrounding towns that are part of this standard of towns. , part of this is the resistance that the inhabitants show to make changes in habits and raise awareness about the generation of garbage. For which it is one of the reasons that affect the poor urban image, especially in the central part of it. For this reason, carrying out this project has been relevant for us as teachers who constantly work on the subject of sustainable development and at the same time as Auditor of Standard 14001. Care of the Environment, allowing us to get involved as an Institution, merging it with society, creating awareness about the problem that is observed in the lack of the aforementioned, affecting the economy of the region and therefore trade, subsequently analyze and discuss with those involved to subsequently develop a work plan, presenting it to the competent areas for the necessary permits. and support to hold meetings that allow us to publicize this and the proposal that will be presented. For this, it is important to share the TECNM initiative, which is called 100% plastic-free, which we are part of one of the Technological Organizations that we work to achieve. The objective was to certify ourselves by achieving the achievement in 2019, complying with the initiative which allowed it to be taken to the different educational institutions in the region at different levels, creating awareness, Unfortunately, the COVID-19 pandemic prevented us from continuing to work. Returning to it later now in 2023. Sharing the TECNM initiative will allow us to achieve short or medium term objectives.

Keywords: Environment, region, magical town, commerce

INTRODUCCIÓN

Huauchinago Puebla, se localiza en la Sierra Norte de Puebla, incorporándose en el 2015 como Pueblo Mágico, contando con 103,946 habitantes donde parte de su economía local se basa en la agricultura y floricultura, pero uno de sus principales problemas para destacar como Pueblo Mágico e incursionar en el ramo turístico, es que Huauchinago no cuenta con relleno sanitario o también llamado basurales, ocasionando que la recolección sea limitada por parte del servicio público de la región evidenciando ante la sociedad y sus visitantes esta problemática, donde no solo el problema es del servicio público también de la falta de cultura de los habitantes viéndose reflejado en el centro histórico del municipio. Este artículo y propuesta es llevado a cabo, partiendo del análisis que se viene realizando, donde se pretende que las pequeñas empresas y sobre todo el comercio ambulante aledaños al centro de Huauchinago haciéndolos partícipes en la problemática y en relación al medio ambiente.

Es por ello que es relevante hacer de su conocimiento de que por parte del TECNM y de nuestras Instituciones contamos con una iniciativa de 100% libre de plásticos, donde al impulsarse se involucra formando parte de la sostenibilidad ambiental surgiendo y dando a conocer los problemas ambientales que se vienen suscitando y que poca importancia se les da a pesar de los comentarios de que su Centro y los Contenedores de Huauchinago, siempre están al colapso de residuos de productos de un solo uso, resultado y no culpando del todo al comercio que rodea este mismo, por el hecho de utilizar contenedores o recipientes para transportar alimentos o productos comestibles en venta, donde muchas veces por desconocimiento de la información y falta de preocupación o planeación por parte del organismo operador de limpia que pudiese gestionar apoyo a las Instituciones competentes o con conocimientos para proporcionar o dar a conocer esta iniciativa, dado que sus integrantes y líderes de comercio desconocen de estos conceptos donde al conocerla permita, prever no a corto plazo pero en un tiempo

justo ir trabajando en ello con pláticas y publicidad tanto para los involucrados como para la sociedad. He de aludir que el TECNM, desde hace algunos años ha venido sondeando y a su vez implementando tanto internamente dentro de la Institución Educativa como en las Instituciones al exterior, desde un nivel básico donde los alumnos y alumnas en su momento y actualmente han participado como supervisores ambientales en horas fuera de sus horarios de clases, obteniendo con ello resultados favorables, sin embargo no es suficiente porque a pesar de que los padres contribuyen sabedores a través de sus hijos, aún es necesario llevar a cabo en los comercios aledaños al Centro Histórico sobre esta iniciativa,. Es importante que el gobierno de la región, empresas e instituciones hagan la labor para beneficios de todos como compartiendo información sobre la sostenibilidad ambiental y sus características, adquiriendo compromiso y responsabilidad donde aparte de verse reflejado, cubriendo algunos de sus indicadores, como turismo, trabajo y economía, con los cambios en el uso adecuado de los productos

que contaminan como es la utilización de plásticos de un solo uso y el tiempo que tardan en degradarse sirviendo solamente un instante, usándolos y posteriormente tirándolos, la importancia de cambiarlos por recipientes o hábitos que permitan reforzar el medio ambiente y calidad del lugar evitándonos así las plagas de roedores, los cuáles también están afectando a los árboles de sus jardines consumiendo la medula, haciéndolos un peligro para las familias que van a distraerse o disfrutar de sus días de descanso.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este proyecto donde la idea fundamental es que el comercio de la región conozca y aplique la iniciativa del 100% libre de plásticos en sus vendimias y poder contribuir con el cuidado del medio ambiente para qué con el tiempo, se reflejen los cambios que se logren en el entorno del Centro Histórico con la participación importante de ellos, así posteriormente continuar con esta gran tarea de realizar un cambio como sociedad, por eso fue importante trabajar con dos metodologías, para calificar aquellas ramificaciones sociales donde los

interesados como la comunidad de comerciantes tanto formales como informales participarán aplicando acciones para reducir la vulnerabilidad frente a ciertas amenazas, aplicando una de las metodologías que van enfocadas en la evaluación del impacto social (IAIA) donde sus procesos sirven para calificar estos mismos desarrollando con ello estrategias que permitan darle un seguimiento continuo, tomando en cuenta la siguiente descripción según (IAIA, 2004). “La evaluación del impacto social comprende los procesos de análisis, seguimiento y gestión de las sociedades voluntarias e involuntarias, tanto positivas como negativas de las intervenciones planeadas (políticas, programadas, planes, proyectos) así como cualquier proceso de cambio social invocado por dichas intervenciones. Donde su objetivo primario es producir o tener un entorno biofísico y humano más sostenible y equitativo “ (IAIA,2004)

En 2003 la **Asociación Internacional de Evaluación del Impacto (IAIA)** publica los principios Internacionales de la Evaluación del

Impacto Social(EIS) donde se dan a conocer los estándares que sirven para evaluar los impactos de cualquier proyecto, referente y en especial aquellos que sean ambientales, conformando parte de la siguiente metodología que es sobre la (EIS) donde la Evaluación de Impacto Social refiere que es importante la planificación, manejo del cambio o consecuencias sociales que surgen de las políticas, planes y proyectos (Vanclay,2003) como el estilo de vida de las personas, cultura, comunidad, sus sistemas políticos, salud y bienestar tomando en cuenta otros elementos que debiesen sumarse y que aportan mucho a este proyecto enfocado a la imagen principal del Centro Histórico de la región de Huauchinango, identificando los impactos y medidas de mitigación, con la participación de la comunidad y administración de la fuerza laboral sobre todo en el sector comercial y para lograr fue necesario añadir puntos que nos permitieron complementar esta investigación para así crear un proceso el cual habría que seguir para el alcance de lo planeado como son los siguientes:

- Identificar los grupos interesados

- Recopilar Información a través de herramientas como entrevistas, observación y encuestas.
- Proporcionar información sobre la iniciativa que se viene trabajando en las Instituciones.
- Dar a conocer como sería la participación con los involucrados.
- Los tiempos que se tienen contemplados para el alcance de lo planeado.
- Presentar la propuesta, enumerando los indicadores a trabajar.
- Ejecutar la propuesta.
- Recopilar y comunicar los resultados.
- Revisión de los mismos.
- Informe Final.

La importancia de trabajar con estas dos metodologías permite que se implementen de acuerdo a la descripción de cada una de ellas, tomando y aplicando los aspectos que se identifican hacia este proyecto para logro de los objetivos deseados. Es por ello que solamente se consideran 42 negocios que conforman el comercio en la zona

céntrica, donde 28 de estos ya están consolidados e inconcientemente adoptan lo que las grandes empresas comerciales aplican, como el no dar bolsa de plástico y a su vez utilizar bolsa de papel, 14 son micronegocios, 4 son medianas empresas y 10 comercios informales, donde estos últimos mencionados son una gran preocupación por la utilización de unicel, plástico o nailon, donde al término de consumirlos van a dar a los contenedores que están alrededor de las áreas verdes siendo insuficientes para almacenar siendo un foco de contaminación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al realizar la investigación y aplicar las herramientas de observación y encuestas a los 42 negocios, sobre todo a los 4 grupos de pequeñas empresas y a los 10 grupos de comercio ambulante, nos muestra que muchos de ellos desconocen el enfoque de el cuidado del medioambiente y sostenibilidad ambiental, argumentando que cuentan con el conocimiento en relación con el término, refiriéndose al cuidado de las plantas y árboles y otros argumentan sobre la contaminación

así mismo desconocen sobre la iniciativa del 100% libre de plásticos y los 28 restantes por ahorro de inversión empiezan a manejar bolsa de papel pero también con desconocimiento de los mismo que los anteriores, aunque algunos argumentan que se refiere al cuidado de medioambiente, por el echo de que han tenido oportunidad de salir a ciudades como Puebla, donde en casi todos los centros comerciales aplican el darte tu compra sin bolsa o te dan la alternativa de adquirir una que es sustentable por una baja cantidad y es por ello que los de la región optan por copiar generando un ahorro y al mismo tiempo una pequeña ganancia, ya que hoy en día aun tenemos muchos/as personas que aun mostramos resiliencia omitiendo las normas que muchos de los comercios sobre todo en la ciudades, se empezaron a implementar desde hace algunos años en el cuidado del medio ambiente. De tal forma que ha sido importante contribuir con este proceso que aparte es iniciativa del TECNM, involucrandonos a formar parte de la Norma ISO 14001, no es una tarea facil cambiar los malos hábitos pero con capacitación e información

se ha podido alcanzar un 70% de los objetivos planeados con el apoyo de alumnos, área encargada de limpieza del ayuntamiento y docentes, este proyecto no es a corto plazo se requiere ser constante y que como supervisores ambientales continuemos con las pláticas ya que como lo describo la tarea es más con el comercio informal donde no siempre son los mismos ya que muchas veces desaparecen aquellos con los que se estaban trabajando, surgiendo nuevos comerciantes con los que hay que iniciar para concientizarlos, por ello no se ha podido alcanzar el 100% de los objetivos.

CONCLUSIONES

Al trabajar en esta investigación entendemos que el comercio sobre todo informal no suele ser de todo el problema, ya que gracias a esas personas que se encuentran en ese nivel, cubren necesidades generando su propia fuente de ingreso propio, somos nosotros como sociedad y gobierno al no considerarlos, por el hecho de que solamente cuentan con lo más indispensable para llevar la labor de trabajar dignamente, que lejos de orientarlos, el organismo del comercio los intimida

y no solo en la región de la Sierra Norte de Puebla también en las grandes ciudades, cuando de forma arbitraria cobrandoles una cuota elevada por derecho de piso, en lugar de impulsarlos en crecer mejorando su presentación con capacitación e información, he de describir que en alguna ocasión al grupo de hamburgueserías, artesanos y otros tipos de negocios les proporcionaron por parte del Gobierno de Huauchinango, un carrito que estaba muy bien elaborado y presentable, permitiendo dar otra apariencia al centro, haciendo llamativa cierta hora que era muy concurrida por los habitantes y algún que otro foráneo, pero fue como cumplir con algo y no darles seguimiento para su mantenimiento y que continuasen conservándolos con la misma imagen, anidando algo positivo a la región, por ello es importante concientizarlos con información adecuada, donde puedan entender el beneficio y oportunidad de un crecimiento como negocio y dejar de ser comercio informal, estableciendo ciertas normas de limpieza y uso de productos de un solo uso, eso no quiere decir que nos olvidemos de los demás establecimientos también es necesario

que se vean involucrados para el logro de este proyecto que al dar mejor imagen y limpieza se vería reflejada en la economía de la región y a su vez su propia economía a través de los visitantes de otros estados y poder contribuir aunque sea con una pequeña parte para ser uno más de los Pueblos Mágicos visitados, como lo son Zacatlán de las Manzanas y Chignaguapan Puebla, Pueblos Mágicos cercanos a una hora de Huauchinango que envidiablemente son muy concurridos por el turismo durante todo el año, donde parte del éxito es la coordinación entre la dependencia de turismo, ayuntamiento y comercio por mencionar algunos, ya que cada uno cuenta con más atractivos turísticos que han sido explotados de forma positiva beneficiando sobre todo al comercio sin dejar de a lado la sostenibilidad ambiental.

Variables: Sostenibilidad ambiental, comercio, economía.

BIBLIOGRAFÍA

<https://www.iisd.org/learning/eia/es/wp-content/uploads/2016/06/ES-SIA.pdf>

Albertsson, Anne-Christine, et al. Chromatography for sustainable polymeric materials: renewable, degradable and recyclable. Berlin: Springer Verlag, 2008. (LIBRUNAM: QD139.P6 C465)

Bourg, Dominique. ¿Cuál es el futuro del desarrollo sostenible? Madrid: Akal, 2005. (LIBRUNAM: HD75.6 B6818)

Díaz Coutiño, Reynol. Desarrollo sustentable. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana, 2011. (LIBRUNAM: HC79.E5 D539 2011)

https://elibro.net/es/lc/huauchinango/login_usuario/?next=/es/lc/huauchinango/inicio/

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528#:~:text=>

https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/brochure_rio_20_s.pdf

[Guevara A. \(2003\) Pobreza y Medio Ambiente en México. INE. México.^{\[1\]}_{SEP}](#)