

financiera

¿QUÉ ZONAS DEL MUNDO SERÍAN LAS MÁS AFECTADAS?

- Sudeste de Asia
- Centro-norte de África
- Norte de América del Sur



María Isabel Botero
Vpte. de gestión humana de Colpatría

“Reconocemos que el cambio climático entraña un riesgo considerable para la economía mundial y la sociedad en general; por lo que fomentamos las bajas emisiones”.



Camilo Prieto
Experto en medio ambiente

“El Gobierno y los empresarios deben crear consciencia sobre cómo estos riesgos pueden afectar no solo la economía, sino también la calidad de vida”.

PRINCIPALES EMISORES DE CO2

*Cifras en millones de toneladas anuales



política medioambiental. Por lo que se hace necesario que incluyan los riesgos ambientales de su actividad económica y, además, “cualquier impacto estimado de la legislación relacionada con el clima en la actividad empresarial”.

Aunque en los dos territorios, al igual que Colombia, se continúa trabajando con el sector privado, en el informe se detalla que se hace urgente implementar sistemas de medición para no poner en riesgo a las entidades financieras.

EMISIONES DE CO2 AFECTAN EL PIB
Un estudio publicado en *Scientific Reports* también detalla que las emisiones de CO2

han provocado pérdidas económicas de hasta 2% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial. En ese documento, se aclara que cada billón de toneladas de CO2 emitidas podrían causar pérdidas globales del PIB de aproximadamente 0,5%, cifra que no solo afectaría las finanzas públicas de los países, sino también tendría incidencia en la productividad laboral.

En sus conclusiones finales, los investigadores añaden que los trabajadores necesitan aumentar de 10 a 40 minutos más por cinco horas de trabajo. Usando cálculos basados en pautas ampliamente utilizadas con respecto a las recomendaciones de tiempo de descanso por hora de trabajo y exposición al calor, explican, incluso, que en 2017 se perdieron 153.000 millones de horas de trabajo en todo el mundo por el impacto de la variabilidad climática.

KEVIN STEVEN BOHÓRQUEZ G
@KevinBohorquez89

REUTILIZAR

por donación de ropa

cuento de *Top Terra*, también se puede participar por bonos regalo de Moda Éxito.

Cabe recordar que la embajadora de la campaña es **Carolina Castro**, modelo, publicista y directora de la agencia *Violeta*.

“Yo trabajo en moda. Mi día a día está rodeado de ropa, pero tengo algo en la mente desde hace un tiempo, y es que me doy cuenta de tanta gente que no tiene qué ponerse y tanta gente que no se pone todo lo que tiene. Hacía falta una iniciativa inteligente, algo que equilibre un poco todo esto, por eso,

me uno a “Segunda Vida”, dijo **Castro**.

Con esta campaña no solo se ayudará a las personas que más lo necesitan, sino que también se está contribuyendo al medio ambiente, dicen los organizadores.

La iniciativa tiene el principio de las “3R” que consiste en reducir la cantidad de ropa que compran; reutilizar la que ya tienen, y reciclar en los contenedores específicos y acudir a las tiendas que disponen de estos y a su vez ofrecen descuentos.

MARÍA ALEJANDRA RUIZ RICO
mruiz@larepublica.com.co



COLPRENSA

Los millennials evalúan las políticas de responsabilidad social y de cuidado con el ambiente de las empresas.

COMERCIO. CENTENNIALS ELIGEN ARTÍCULOS INFORMADOS

Los jóvenes prefieren productos de marcas que trabajan por el planeta

BOGOTÁ

La consultora *Nielsen* estableció, en uno de sus estudios globales, que 2018 fue el año de los consumidores sostenibles, y esa sería la tendencia que marcaría la década siguiente.

Según describe el documento, son los Millennials quienes están marcando ese cambio en la forma en la que se consume, pues se trata de un grupo poblacional que, a diferencia de generaciones mayores, incluye factores como la responsabilidad social y ambiental de las empresas como elementos decisivos al momento de decantarse por una marca o producto. El estudio, de hecho, sostiene que 90% de los millennials están dispuestos a pagar más por artículos que sean amigables con el medio ambiente, y 80% está dispuesto a hacerlo si detrás de estos hay iniciativas de responsabilidad social.

Ahora, si bien los millennials son reconocidos como consumidores sostenibles y conscientes, es la generación que les sigue, los denominados centennials o nativos digitales, quienes se han apropiado de esas banderas y las están llevando un paso más allá.

Como se puede leer en el libro ‘1218 Centennials’, una investigación sobre sus hábitos y su relación con las redes sociales, las marcas y el dinero publicada en conjunto por *Sancho BBDO* y la *Universidad Jorge Tadeo Lozano*, quienes hace parte de esta generación son adolescentes hiperinformados que quieren “conocer de primera mano los procesos de los productos que consumen. Se preguntan cosas como: ¿de dónde vienen mis alimentos? ¿Cómo se cultivaron? ¿Quién los preparó?”.

De esta manera los centennials, para quienes la reputación es uno de los activos más valiosos, necesitan de mucha información para tomar decisiones, por lo que investigan sobre las marcas, sus prácticas, políticas corporativas y las iniciativas sociales y ambientales que respaldan, antes de tomar una decisión de consumo. Adicionalmente,

valoran la transparencia y honestidad de las empresas frente a los temas que los preocupan.

Esas razones han llevado a los jóvenes a decantarse cada vez por las marcas que activamente comunican de manera transparente el origen y la trazabilidad de sus productos, el impacto que su proceso productivo tiene y qué acciones toman para mitigarlo.

Eso ha derivado, por un lado, en un apoyo creciente a las marcas locales e independientes y los pequeños emprendimientos, que perciben como más confiables y conscientes y, por el otro, en la preferencia de grandes marcas que se muestran comprometidas, por medio de acciones concretas, con la conservación del medio ambiente y las condiciones de trabajo digno a lo largo de toda su cadena de producción.

Sin embargo, aunque los centennials no tienen un gran poder adquisitivo, su visión sí está impactando el mercado, ya que tienden a influenciar las decisiones de compra de sus padres a favor de las marcas que mejor se alinean con sus sistemas de valores y preocupaciones.

LAURA VITA MESA
lvita@larepublica.com.co

PARA LEER

AMBIENTE

Abundancia, y por qué el futuro es mejor

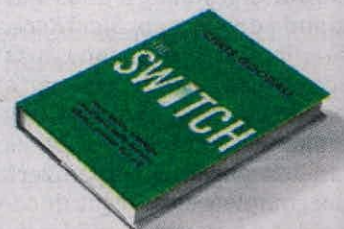


Los problemas globales, desde la pobreza hasta el acceso al agua y el calentamiento global, no son asuntos de escasez sino de inaccesibilidad. A través de la guía Peter H. Diamandis y Steven Kotler enseñan cómo se pueden descubrir los motores clave de su propia innovación y transformar la información en abundancia a pesar de los problemas que están golpeando a diferentes sectores en el mundo.

VARIOS AUTORES / ANTONI BOSCH / PÁGS. 488

AMBIENTE

Cómo la energía solar es el cambio



Cuando el experto británico Chris Goodall se refiere a “el cambio”, quiere decir una transición para salvar al planeta con un mayor uso de energía alternativa, en especial, la solar. Goodall predice que esta transición se acerca y que los costos para los consumidores bajarán. El autor explora las tecnologías de producción de combustible y de almacenamiento que la energía solar barata posibilita

CHRIS GOODALL / PROFILE BOOKS / PÁGS. 288

SEGUNDO AVISO

SDOIMAC COLOMBIA S.A. avisa que, el día 10 del mes de Diciembre de dos mil diecinueve (2019) falleció en la ciudad Bogotá el señor **JULIO ALEJANDRO GARZÓN ORTIZ (Q.E.P.D.)**, identificado con la cédula de ciudadanía 79793521. Las personas que se crean con derecho para reclamar salarios pendientes de pago, prestaciones sociales y demás acreencias laborales, en calidad de beneficiarios, deberán presentarse en nuestras oficinas ubicadas en Bogotá en la dirección Carrera 68 D No. 80 - 70, dentro de los treinta (30) días siguientes a esta publicación, acreditando su condición de beneficiarios con los documentos pertinentes y anexando carta formal de reclamación. Se publica el presente aviso dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 212 del Código Sustantivo del Trabajo.

A la fecha, se ha presentado a reclamar el valor de sus acreencias el (la) señor (a) **CLAUDIA ANDREA PRIETO HERNANDEZ**, identificado con c.c. número 1015396158 en representación de lo menores **NICOLAS FELIPE GARZÓN PRIETO** T.I. 1021394353 y **ANGEL DAVID GARZÓN PRIETO** T.I. 1000180470 y el (la) señor (a) **JENNY ALEJANDRA AVENDAÑO ALVIRA**, identificado con c.c. número 53041854 en representación de la menor **NICOL GABRIELA GARZÓN AVENDAÑO** T.I. 1011231210 por lo cual quienes crean tener igual o mejor derecho o a reclamar salarios pendientes de pago, prestaciones sociales y demás acreencias laborales, en calidad de beneficiarios deben presentarse en las instalaciones de la Empresa, con el fin de acreditar su derecho anexando carta de reclamación y documentos pertinentes en los términos anteriormente expuestos.

Bogotá, Enero 23 de 2020

BANCOLOMBIA S.A. informa que el 12 de marzo de 2019, falleció el **EMPLEADO EDSSON GIOVANNY CAMPOS LOZADA** en Yopal - Casanare, en vida se identificó con la cédula de ciudadanía 1121826436 y residía en la ciudad de Yopal.

Se presentaron a solicitar **ACREENCIAS LABORALES** sus padres: **ALBA ROCIO LOZADA COLINA** en calidad de Madre y **RICARDO CAMPOS** en calidad de Padre.

Si alguien se cree con igual o mayor derecho comuníquese en Medellín al 4042529, Carrera 46 27-95 Torre Oriente, Piso 5, Sector A con Paula Andrea Jaramillo Duarte.

PRIMER AVISO