



INFORME PLAN DE EDUCACIÓN

2024

CONTENIDO

| | | |
|------|---|----|
| 1. | INTRODUCCIÓN | 3 |
| 2. | PLAN DE EDUCACIÓN 2024 | 4 |
| 2.1. | ESTRATEGIA 1: COMUNIDADES CONSCIENTES..... | 5 |
| 2.2. | ESTRATEGIA 2: ESTUDIANTES CONSCIENTES | 5 |
| 2.3. | ESTRATEGIA 3: EMPRESAS CONSCIENTES | 5 |
| 2.4. | ESTRATEGIA 4: SECTOR AUTOMOTRIZ CONSCIENTE..... | 6 |
| 2.5. | OTROS ESPACIOS | 6 |
| 3. | ALCANCES RESOLUCIÓN 0851 DE 2022 | 7 |
| 4. | RESULTADOS..... | 9 |
| 4.1. | INDICADORES DE GESTIÓN..... | 10 |
| 4.2. | ESTRATEGIA 1: COMUNIDADES CONSCIENTES..... | 11 |
| 4.3. | ESTRATEGIA 2: ESTUDIANTES CONSCIENTES | 14 |
| 4.4. | ESTRATEGIA 3: EMPRESAS CONSCIENTES | 15 |
| 4.5. | ESTRATEGIA 4: SECTOR AUTOMOTRIZ CONSCIENTE..... | 16 |
| 4.6. | OTROS ESPACIOS | 16 |
| 5. | CONCLUSIÓN | 18 |
| 6. | LISTADO DE ANEXOS..... | 18 |

1. INTRODUCCIÓN

La gestión inadecuada de residuos posconsumo representa una afectación negativa en el ambiente y la salud debido a que algunos son dispuestos en zonas de cobertura vegetal, cuerpos hídricos o espacios públicos, en este sentido, el Grupo Retorna cuenta con estrategias de educación ambiental enfocadas en promover cambios de hábito y fortalecer los canales existentes para realizar la devolución de estos residuos en los canales correspondientes.

Es así que desde el 2018 se implementó el programa de educación ambiental “Colombianos Conscientes con el Ambiente”, segmentado por grupos de interés: colegios, empresas, centros comerciales, eventos, ferias, automotriz, hoteles, hipermercados y la comunidad en general; cada uno de ellos, tiene un enfoque participativo en dónde se busca promover acciones de sensibilización y devolución en los canales de las corporaciones que conforman el Grupo Retorna: Cierra el Ciclo: plaguicidas domésticos; EcoCómputo: aparatos eléctricos y electrónicos; Pilas con el Ambiente: pilas; Red Verde: electrodomésticos; Recoenergy: baterías plomo ácido y Rueda Verde: llantas.

Durante el 2024 se continuó con la metodología de participación en los grupos de interés para las corporaciones a través de las estrategias: comunidades conscientes, estudiantes conscientes, empresas conscientes, sector automotriz consciente.

2. PLAN DE EDUCACIÓN 2024

Con el fin de promover una cultura de separación y devolución de residuos posconsumo en los canales dispuestos y gestionados por las corporaciones Cierra el Ciclo, EcoCómputo, Pilas con el Ambiente, Red Verde, Recoenergy y Rueda Verde, se seleccionaron diferentes sectores enmarcados en las estrategias del programa “Colombianos Conscientes con el Ambiente” buscando la implementación de metodologías de comunicación y participación.

Para el 2024 se plantearon **270** intervenciones y **24.000** personas sensibilizadas e informadas en **30** municipios del país, destacando un interés particular en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Manizales, Medellín, Pereira y Santa Marta, con las siguientes metas:

- 30 centros comerciales
- 40 colegios y universidades
- 70 empresas
- 4 ferias
- 45 establecimientos del sector automotriz
- 1 punto de venta
- 30 eventos
- 50 puntos locales estratégicos

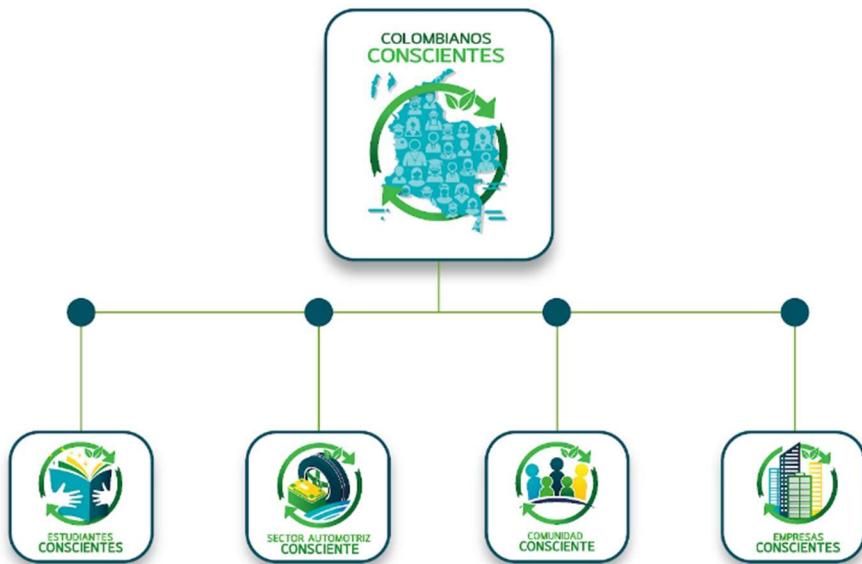


Imagen 1 Colombianos Conscientes con logos de las estrategias desarrolladas en el 2024

2.1. ESTRATEGIA 1: COMUNIDADES CONSCIENTES



Tiene como fin generar actividades lúdicas con material didáctico, talleres y capacitaciones que fomenten la separación y devolución de los residuos posconsumo con los grupos de interés:

- **Centros Comerciales:** Espacios de activación en el marco de la iniciativa Juntos Vamos a Revolucionar con el apoyo de Acecolombia y Visión Circula ANDI. Esta iniciativa tiene como objetivo encaminar a los centros comerciales en estrategias de comunicación y activación del punto limpio, por medio de actividades de educación ambiental y jornadas de recolección de residuos posconsumo de plaguicidas de uso doméstico, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, pilas, electrodomésticos y envases y empaques.
- **Puntos locales estratégicos:** Sensibilización en espacios donde se cuente con la participación de diferentes actores como alcaldías, secretarías de ambiente, juntas de acción comunal y otros actores.
- **Ferias:** Participación con stand y material didáctico en recinto ferial dirigido a expositores y visitantes de feria.
- **Eventos:** Actividades que se desarrollan a través de la invitación de actores como la Cámara de Comercio de Bogotá, Fundación Natura, SENA, CORFERIAS, entre otros.

2.2. ESTRATEGIA 2: ESTUDIANTES CONSCIENTES



Se desarrollan actividades dirigidas a colegios de diferentes niveles por medio de talleres y capacitaciones que promueven una participación y trabajo en equipo por parte de los alumnos, con la implementación de acciones como elaboración de contenedores artesanales, carrera de observación, circuitos de actividades, entre otros talleres que permiten a los estudiantes comprender sobre los efectos negativos que causa la inadecuada gestión de los residuos posconsumo y cómo desde su devolución responsable se aportan al cuidado de medio ambiente.

2.3. ESTRATEGIA 3: EMPRESAS CONSCIENTES



Con el fin de involucrar al sector empresarial y a sus colaboradores en la adecuada gestión de residuos posconsumo se implementaron talleres con material didáctico, capacitaciones virtuales y presenciales y se les invitó a realizar estrategias internas como la creación de jornadas de recolección. Estas actividades se fortalecieron a través de una alianza con la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI y la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes.

En 2024 se desarrolló nuevamente la iniciativa *Retorna Challenge*, que busca involucrar a las empresas sector público y privado a través de la ejecución de los retos planteados: educación ambiental implementada dentro de la organización y jornadas de recolección internas, esto con el fin de reconocer a las empresas más comprometidas en el desarrollo de las actividades.

2.4. ESTRATEGIA 4: SECTOR AUTOMOTRIZ CONSCIENTE



Involucra a comercializadores, importadores y consumidores pertenecientes al sector automotriz, frente a la gestión adecuada de los residuos posconsumo que se producen en la industria como lo son las baterías plomo-ácido y llantas usadas, con base a ello, se desarrolló nuevamente la iniciativa *ECOPITS*, en dónde se busca llegar a los establecimientos del sector por medio de charlas cortas y visitas, dando a conocer la gestión de Recoenergy y Rueda Verde.

2.5. OTROS ESPACIOS

Para el 2024 se desarrollaron otros espacios que corresponden a actividades con universidades en Bogotá, involucrando a los estudiantes y personal administrativo en la participación de jornadas de recolección y capacitación.

Así mismo, se creó la iniciativa *Aprende con Retorna* que busca desarrollar espacios de capacitación virtual dirigidos a la comunidad en general en diferentes partes del país, con el objetivo promover hábitos de cultura ambiental frente a la correcta gestión de los residuos posconsumo.

3. ALCANCES RESOLUCIÓN 0851 DE 2022

La Resolución 0851 del 05 de agosto 2022 emitida por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, da respuesta a las necesidades de avanzar en procesos de cobertura y gestión de Residuos de Aparatos Electrónicos y Electrónicos en el territorio colombiano, lo que conlleva trabajar en procesos de investigación, desarrollo de capacidades, aumento de la cobertura logística al igual que el componente de información y sensibilización frente a la gestión de estos residuos, con el objetivo de establecer las subcategorías que deben estar a cargo de los productores e importadores de Aparatos Eléctricos y Electrónicos.

Es así, que para dar cumplimiento al ítem de información y comunicación se establecieron indicadores de gestión para la evaluación y monitoreo de los sistemas de recolección y gestión de Residuos de Aparatos Electrónicos y Electrónicos, en donde las corporaciones EcoCómputo, Pilas con el Ambiente y Red Verde deben presentar información relacionada a las actividades de información y sensibilización, representadas en la siguiente tabla:

Tabla 1. Relación de los recursos financieros invertidos anualmente para actividades de información y sensibilización a consumidores - mecanismos de comunicación al consumidor - (RFISC)

| DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD | POBLACIÓN OBJETIVO (CONSUMIDORES) | LOCALIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO |
|---|--|--|
| Desarrollo de la iniciativa Juntos Vamos a Revolucionar, fomenta que los centros comerciales creen actividades de educación ambiental, instalación de contenedores y activación de estos mismos, por medio del desarrollo de jornadas de recolección internas | 68 centros comerciales | Apartadó, Armenia, Barrancabermeja, Barranquilla, Bello, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Chía, Cúcuta, Dos quebradas, Envigado, Floridablanca, Ibagué, Manizales, Medellín, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Tuluá, Valledupar, Villavicencio Yopal y Zipaquirá |
| Talleres tipo circuito, capacitaciones con Liga Retorna, retos educativos con base a la gestión posconsumo | 40 colegios y universidades 4560 estudiantes sensibilizados | Barranquilla, Bogotá, Cali, Duitama, Floridablanca, Ipiales, Santa Marta, Soacha, Sogamoso, Solano, Suesca |
| Desarrollo de actividades dirigidas al sector empresarial con base a retos, capacitaciones y desarrollo de jornadas de recolección internas | 74 empresas 788 colaboradores sensibilizados | Barrancabermeja, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cota, El Bagre, Facatativá, Floridablanca, Funza, Girón, Manizales, Medellín, Mosquera, Palmira, Pereira, Suesca, Tocancipá, Yopal y Yumbo |
| Participación con stand informativo de Grupo Retorna | 49 eventos 3149 personas sensibilizadas | Armenia, Barranquilla, Bogotá, Floridablanca, Medellín, Pereira, Rionegro, Sogamoso y Solano |
| Participación con stand informativo de Grupo Retorna | 10 días de ferias 932 personas sensibilizadas | Bogotá |

| DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD | POBLACIÓN OBJETIVO (CONSUMIDORES) | LOCALIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO |
|---|---|--|
| Participación con stand en actividades tipo jornadas de recolección, ferias de servicios públicos, actividades con la comunidad en general | 49 puntos locales estratégicos 14071 personas sensibilizadas | Barrancabermeja, Barranquilla, Bogotá, Cali, Cúcuta, Dibulla, Dos quebradas, Floridablanca, Maicao, Medellín, Palmira, Riohacha, Suesca, Uribia y Zipaquirá |
| Capacitaciones virtuales sobre la gestión de residuos posconsumo dirigidos a la comunidad en general bajo la iniciativa Aprende con Retorna | 91 espacios de capacitación virtual 1333 personas sensibilizadas | Apartadó, Barrancabermeja, Barranquilla, Bello, Bogotá, Cajicá, Cali, Cartagena, Cúcuta, Cumbal, Dos quebradas, El Ortigal, El Piñón, Facatativá, Floridablanca, Guachucal, Ibagué, Madrid, Manizales, Medellín, Miranda, Mosquera, Neiva, Panamá, Pasto, Pereira, Popayán, São Paulo, Sincelejo, Sopó, Suesca, Tocancipá, Tunja, Valledupar, Villavicencio, Yumbo y Zipaquirá |
| Visitas a establecimientos del sector automotriz con el fin de levantar base de datos y brindar información sobre la gestión de baterías usadas plomo ácido y llantas usadas de rin 13" a 22.5" | 110 establecimientos visitados 110 personas sensibilizadas | Barranquilla, Funza, Madrid, Medellín, Mosquera, Palmira y Soacha |

Fuente: Grupo Retorna. 2024

4. RESULTADOS

En los siguientes numerales es posible evidenciar los resultados obtenidos en cada una de las estrategias del plan de educación ambiental y los indicadores de gestión. En la Tabla 2 se puede observar las metas planteadas para el 2024 junto con el número de espacios desarrollados.

Tabla 2. Metas por acciones 2024

| TIPO DE ESPACIO | META | ESPACIOS DESARROLLADOS |
|-----------------------------|------------|------------------------|
| Centros Comerciales | 30 | 68 |
| Colegios y universidades | 40 | 40 |
| Empresas | 70 | 74 |
| Feria | 4 | 10 |
| Sector automotriz | 45 | 110 |
| Hipermercados | 1 | 0 |
| Eventos | 81 | 49 |
| Puntos locales estratégicos | 46 | 49 |
| Capacitación virtual | 0 | 91 |
| Total | 270 | 491 |

Fuente: Grupo Retorna, 2024

Para 2024 se logró el desarrollo de **491** espacios en diferentes ciudades de Colombia, bajo las estrategias planteadas en el plan de educación, sensibilizando a **25.011** personas, de las cuales **11.621** fueron de forma directa (Dato recolectado por medio de los listados de asistencia diligenciados por las personas sensibilizadas) y **13.390** personas de forma indirecta, (Dato recolectado por medio de boletines o informes enviados por los aliados como Fundación Natura y correos electrónicos compartidos con el número de personas en espacios donde no se podía tomar lista de asistencia) sobre la adecuada gestión de los residuos posconsumo a través de las corporaciones que hacen parte del Grupo Retorna, y se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 3. Personas impactadas por tipo de espacio 2024

| ESPACIO | PERSONAS IMPACTADAS |
|-----------------------------|---------------------|
| Centros Comerciales | 68 |
| Colegios y universidades | 4.560 |
| Empresas | 788 |
| Feria | 932 |
| Sector automotriz | 110 |
| Eventos | 3.149 |
| Puntos locales estratégicos | 14.071 |
| Capacitación virtual | 1.333 |
| TOTAL | 25.011 |

Fuente: Grupo Retorna, 2024.

4.1. INDICADORES DE GESTIÓN

En la Tabla 4 se pueden observar los resultados obtenidos de los indicadores de gestión planteados para el 2024:

Tabla 4. Resultados indicadores de gestión

| INDICADOR | RESULTADO |
|---|--|
| Eficiencia Alcance Poblacional $(IEAP) = \frac{\text{Total Población impactada año}}{\text{N.º de actividades educativas año}} \times 100$ Meta 2024: 80 % | $\frac{25011}{491} \times 100 = 5093\%$ Se superó la meta planteada con el desarrollo de las actividades propuestas en el plan de trabajo y actividades adicionales que fueron surgiendo con los aliados y actores |
| Población alcanzada Meta: 24.000 personas | Población 2024: 25.011 personas La meta fue superada, con el desarrollo de actividades de participación en los diferentes espacios desarrollados durante el 2024 de manera directa (Dato recolectado por medio de los listados de asistencia diligenciados por las personas sensibilizadas) e indirecta, (Dato recolectado por medio de boletines o informes enviados por los aliados como Fundación Natura y correos electrónicos compartidos con el número de personas en espacios dónde no se podía tomar lista de asistencia) |
| Cumplimiento $(IC) = \frac{\text{N.º de actividades de educación ejecutadas}}{\text{N.º de actividades de educación planteadas}} \times 100$ Meta 2024: 90 % | $\frac{491}{270} \times 100 = 181,8\%$ A pesar de no haber ejecutado actividades en hipermercados y realizar el cumplimiento de la totalidad de eventos, se logró cumplir con el número de espacios planteados. |
| Cobertura en ciudades $\%Cobertura = \frac{\text{Municipios Alcanzados}}{\text{Meta de alcance 2024}} \times 100$ Meta 2024: 32 Municipios | $\frac{58}{32} \times 100 = 181\%$ Durante el 2024 fue posible expandir la gestión en diversos municipios del país, aumentando la cobertura planteada en la meta, así mismo, se logró tener presencia en espacios virtuales de una persona de Panamá y otra de Sao Paulo |

| INDICADOR | RESULTADO |
|---|---|
| Nivel de satisfacción de los participantes $NSP = \frac{\sum \text{Puntuaciones individuales}}{\text{Número de participantes}}$ | $\frac{661.6}{137} = 4.8$ <p>La encuesta fue compartida con los líderes de los espacios realizados, teniendo en cuenta los ítems de satisfacción de las actividades ejecutadas, el material usado y el personal que acompañó las actividades, la población que respondió la encuesta corresponde a una muestra del 28% del total de espacios desarrollados.</p> |

Fuente: Grupo Retorna. 2024

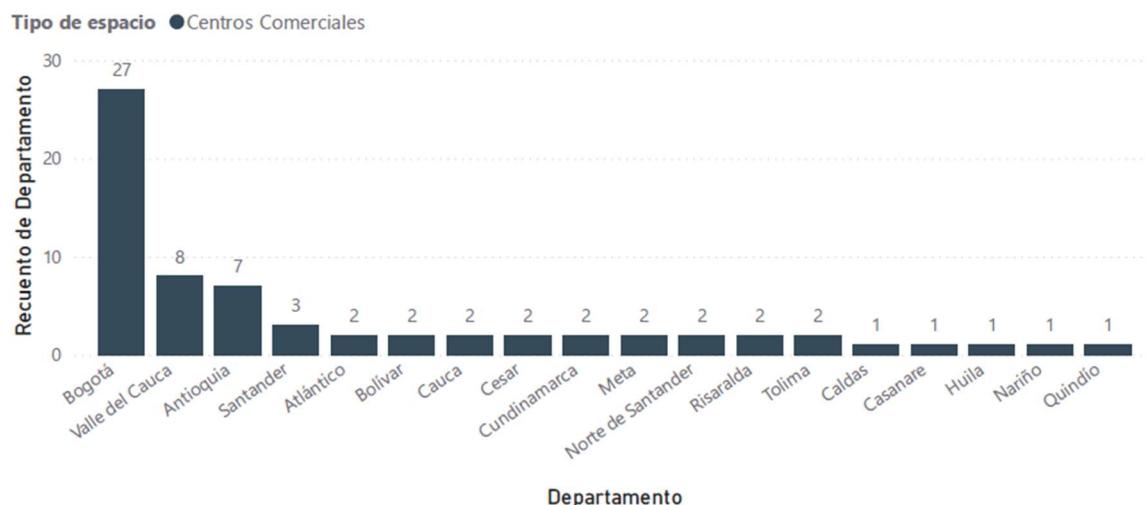
A continuación, se presentan los resultados de las estrategias implementadas en el plan de educación 2024:

4.2. ESTRATEGIA 1: COMUNIDADES CONSCIENTES

En cumplimiento de las metas establecidas, se desarrollaron espacios en diversas ciudades del país como: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cúcuta, Medellín, logrando sensibilizar a **19.553** personas de manera directa e indirecta, en los siguientes puntos se presentarán los resultados por cada iniciativa.

4.2.1. **Centros comerciales:** En el marco de la iniciativa de Juntos Vamos A Revolucionar, se logró la participación de **68** centros comerciales, los cuales ejecutaron el reto de Revoluciona tu entorno. En la gráfica 1 se puede observar la cobertura por departamento.

Participación por departamento



Gráfica 1. Cantidad de centros comerciales participantes por departamento

Como resultado del reto también se logró la recolección de residuos entregados a las corporaciones del Grupo Retorna y a Visión Circular ANDI en las siguientes cantidades:

Tabla 5. Residuos recolectados por tipo

| CIERRA EL CICLO | ECOCÓMPUTO | PILAS CON EL AMBIENTE | RED VERDE | VISIÓN CIRCULAR ANDI | TOTAL |
|-----------------|------------|-----------------------|------------|----------------------|----------------------|
| 426,55 Kg. | 19.397 Kg. | 4.968,2 Kg. | 221,72 Kg. | 6.004,9 Kg. | 31.018,37 Kg. |

Fuente: Grupo Retorna. 2024.

En la Tabla 6 se puede evidenciar los centros comerciales que fueron destacados, se reflejan por categoría la cuál corresponde al tamaño en m² de cada centro comercial, estos centros comerciales recibirán un trofeo, certificado de participación y la siembra de árboles, manglares o frailejones de acuerdo con su elección.

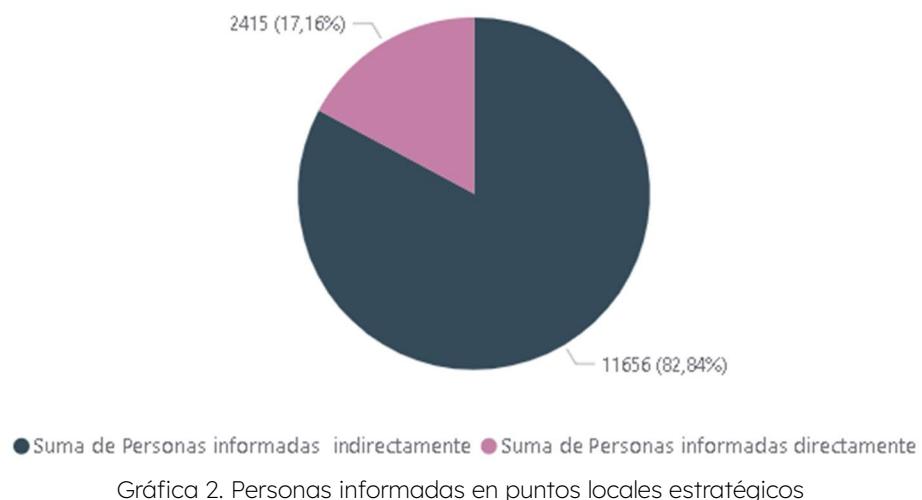
Tabla 6. Centros comerciales destacados de Juntos Vamos a Revolucionar

| CATEGORÍA | LUGAR OCUPADO | NOMBRE DEL CENTRO COMERCIAL |
|--|---------------|--|
| Grandes Más de 40.000 m ² de GLA (área comercial) | Primer lugar | Hayuelos Centro Comercial y Empresarial |
| | Segundo lugar | Centro Comercial Plaza de las Américas P.H |
| | Tercer lugar | Centro Comercial Paseo Villa del Río |
| Medianos Entre 20.000 y 39.999 m ² de GLA (área comercial) | Primer lugar | Primer lugar - Campanario Centro Comercial |
| | Segundo lugar | Tinal Plaza Centro Comercial P.H |
| | Tercer lugar | Centro Comercial Portal 80 P.H |
| Pequeños De 0 a 19.999 m ² de GLA (área comercial) | Primer lugar | Centro Comercial Iserra 100 P.H |
| | Segundo lugar | Centro Comercial y Empresarial San Silvestre |
| | Tercer lugar | Centro Comercial Sancancio P.H |

Fuente: Grupo Retorna. 2024.

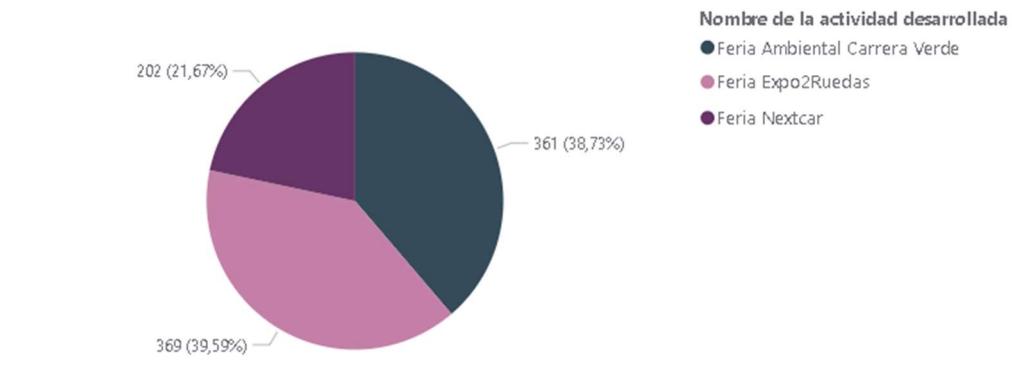
4.2.2. **Puntos locales estratégicos:** Los espacios comunitarios tuvieron como resultado **14.071** personas dentro de las acciones de educación ambiental. Estos espacios fueron llevados a cabo con aliados como: Instituto Colombiano de Medicina Legal, Jardín Botánico de Bogotá, alcaldías locales y municipales, entre otros actores de carácter público y privado que se sumaron a generar acciones entorno a las buenas prácticas con la gestión de residuos posconsumo, en la gráfica 2 se puede observar la población alcanzada.

Personas informadas directa e indirectamente



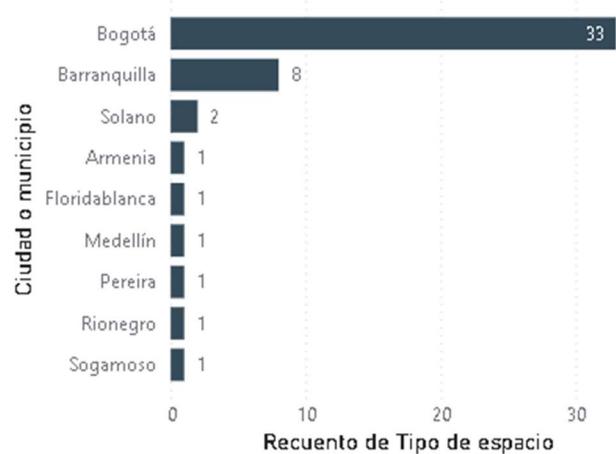
- 4.2.3. **Ferias:** Participación en 10 días de ferias que corresponden al sector automotriz y con Fundación Natura en el marco de la feria ambiental de Carrera Verde, sensibilizando a la población sobre la gestión de residuos posconsumo, logrando informar a 932 personas tal como se puede observar en la gráfica 3.

Personas informadas directa e indirectamente



- 4.2.4. **Eventos:** realizados a partir de invitaciones de diferentes interesados como Secretaría Distrital de Ambiente, Ministerio de Ambiente, alcaldías locales, SENA, entre otros actores del sector público y privado, involucrando actividades de sensibilización con stand y material didáctico que permitió generar mayor participación de la población. Se realizó acompañamiento en 49 eventos distribuidos como se puede observar en la gráfica 4 con un total de 3.149 personas sensibilizadas.

Cantidad de espacios desarrollados



Gráfica 4. Distribución de eventos por ciudad-municipio

4.3. ESTRATEGIA 2: ESTUDIANTES CONSCIENTES

En las acciones desarrolladas para la estrategia estudiantes conscientes, se logró un total de **40** espacios realizados en ciudades y municipios como Bogotá, Floridablanca, Suesca, entre otros. Alguna de estas actividades, se realizaron bajo alianzas con entidades públicas como las alcaldías, que permitieron un acercamiento con instituciones educativas. A través de estos espacios se logró sensibilizar a **5.560** estudiantes de colegios públicos y privados, de manera directa e indirecta, en la gráfica 5 se puede observar la cantidad de personas informadas por departamento.

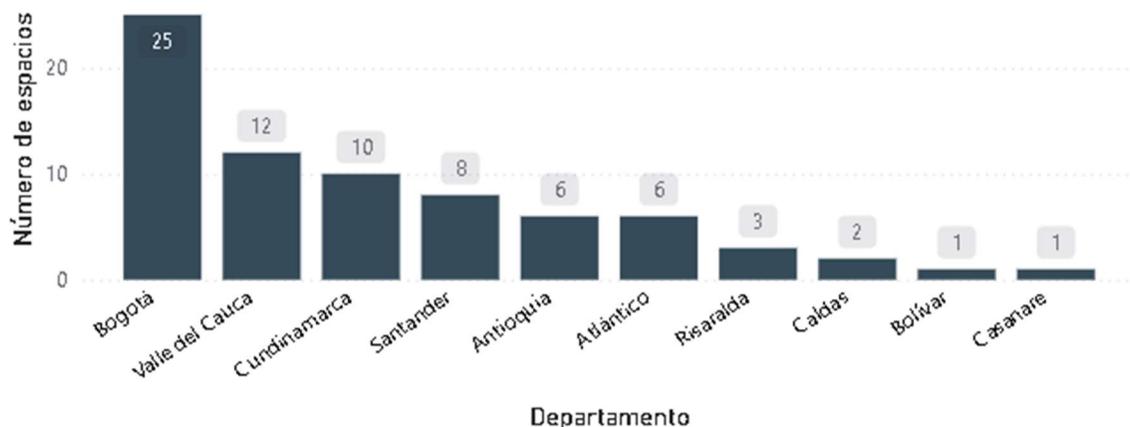


Gráfica 5. Número de estudiantes informados por departamento

4.4. ESTRATEGIA 3: EMPRESAS CONSCIENTES

A través de esta estrategia se logró la participación de **74** empresas por medio de la semana de la salud de empresas afiliadas a las corporaciones, invitaciones de la Asociación Nacional de Industriales de Colombia ANDI y la iniciativa Retorna Challenge, logrando la sensibilización de **788** personas durante actividades de manera virtual y presencial, en la gráfica 6 se puede observar la participación de empresas por departamento.

Cantidad de espacios desarrollados



Gráfica 6. Empresas participantes por departamento

Por medio de la iniciativa Retorna Challenge, la cual fue desarrollada en conjunto con Uniandinos se contó con la participación de 57 empresas de las 74 logradas en la categoría de empresas, logrando por medio de esta actividad la sensibilización de 147 personas y la recolección de 5.810 kilogramos de residuos posconsumo de los cuales 3.237 fueron a la corporación EcoCómputo y 2.573 a la corporación Recoenergy.

Dentro de la estrategia se clasificaron las empresas por categorías y lugar que ocuparon, estas se observan en la Tabla 7. Las cuáles obtuvieron como reconocimiento por parte de Uniandinos la medición de huella de carbono de alcance 1 y 2 en un área seleccionada y por parte del Grupo Retorna se hizo la ceremonia de entrega de reconocimientos con trofeo y certificado de participación y para el 2025 tendrán acompañamiento en una de sus actividades.

Tabla 7. Destacados Retorna Challenge

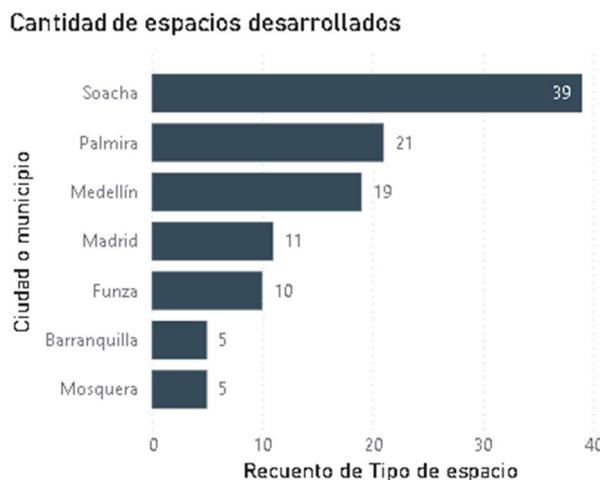
| CATEGORÍA | LUGAR OCUPADO | NOMBRE DE LA EMPRESA |
|---------------------------------|---------------|---|
| Alfa Más de 801 empleados | Primer lugar | Ingenio del Cauca S.A. |
| | Segundo lugar | Central Hidroeléctrica de Caldas S.A. E.S.P. |
| | Tercer lugar | Masivo Capital S.A.S. |
| Beta | Primer lugar | Simoniz S.A. |

| CATEGORÍA | LUgar OCUPADO | NOMBRE DE LA EMPRESA |
|----------------------------|---------------|--|
| 301 a 800 empleados | Segundo lugar | Flores de la Hacienda S.A.S. |
| | Tercer lugar | Geopark Colombia S.A.S. |
| Gamma 1 a 300 empleados | Primer lugar | Genser Power S.A.S. E.S.P. |
| | Segundo lugar | RVA Colombia S.A.S. BIC |
| | Tercer lugar | Estrella International Energy Services |

Fuente: Grupo Retorna. 2024.

4.5. ESTRATEGIA 4: SECTOR AUTOMOTRIZ CONSCIENTE

A través de esta estrategia se logró la sensibilización de **110** establecimientos del sector automotriz como montallantas, servitecas y talleres presentados en la gráfica 7. Posterior a ello, se hizo la entrega de la base de datos de los establecimientos visitados a las corporaciones Recoenergy y Rueda Verde con el fin de realizar la inscripción para ser un punto de recolección de baterías plomo ácido y/o llantas usadas.



Gráfica 7. Establecimientos visitados por ciudad o municipio

4.6. OTROS ESPACIOS

4.6.1. Capacitaciones virtuales: A través del desarrollo de capacitaciones virtuales se logró sensibilizar a **1.333** personas de las cuales 804 fueron de manera directa y 529 de manera indirecta, por medio de **91** espacios de capacitación con personas de diferentes partes del país y con la participación de una persona de Brasil y una de Panamá, esta cobertura puede ser observada en la tabla 8.

Tabla 8. Alcance de personas informadas por ubicación geográfica

| Ubicación geográfica | Personas informadas directamente | Personas informadas indirectamente | Ubicación geográfica | Personas informadas directamente | Personas informadas indirectamente |
|----------------------|----------------------------------|------------------------------------|----------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Antioquia | 5 | 1 | Magdalena | 1 | 0 |
| Atlántico | 145 | 0 | Meta | 2 | 0 |
| Bogotá | 431 | 523 | Nariño | 3 | 0 |
| Bolívar | 1 | 0 | Norte de Santander | 3 | 0 |
| Boyacá | 124 | 2 | Panamá | 1 | 0 |
| Brasil | 1 | 0 | Risaralda | 3 | 0 |
| Caldas | 33 | 0 | Santander | 9 | 0 |
| Cauca | 7 | 2 | Sucre | 1 | 0 |
| Cesar | 1 | 0 | Tolima | 2 | 0 |
| Cundinamarca | 13 | 0 | Valle del Cauca | 14 | 1 |
| Huila | 4 | 0 | | | |

Fuente: Grupo Retorna. 2024.

5. CONCLUSIÓN

Definir estrategias educativas con aliados de las corporaciones y con actores estratégicos en la generación de residuos posconsumo en Colombia, permite aumentar la concientización sobre el adecuado manejo y disposición de éstos, aumentando el reconocimiento de las corporaciones en todos los sectores económicos.

Las acciones de educación ambiental permitieron sensibilizar a 25.011 personas a través de 491 espacios desarrollados en 23 departamentos de Colombia y 2 ciudades internacionales, generando impacto positivo en los aliados que hicieron parte de las estrategias, y aportando en la adecuada gestión de residuos posconsumo que generan, incentivando la entrega de 36.828 kilogramos de residuos a través de jornadas de recolección internas y de una cantidad incalculable de residuos a través de los sistemas de recolección que ofrecen las corporaciones de Grupo Retorna en el territorio colombiano. Así mismo, estas acciones de educación aportan al cumplimiento normativo aplicable a las corporaciones que gestionan residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

Grupo Retorna seguirá proyectando acciones de educación encaminadas a la implementación del principio de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) en Colombia promoviendo un enfoque de economía circular para generar valor y beneficios sostenibles para nuestros asociados y grupos de interés, contribuyendo al desarrollo ambiental y social del país.

6. LISTADO DE ANEXOS

- Anexo resultados y registros fotográficos

[Indicadores Anexo Informe.xlsx](#)

- Anexo encuestas de satisfacción

[Encuesta de satisfacción.xlsx](#)