

ECONOMÍA ORGANIZACIÓN ORGANIZACIONES
GESTIÓN HUMANA RESPONSABILIDAD SOCIAL INNOVACIÓN ORGANIZACIONES
INNOVACIÓN NEGOCIOS FINANZAS TIC GESTIÓN HUMANA MERCADOS NEGOCIOS
ORGANIZACIONES MERCADOS RESPONSABILIDAD SOCIAL GESTIÓN HUMANA

Revista



Gestión - Organizaciones - Negocios

ISSN 2346 - 3910 Volumén 2 No 2 Julio - Diciembre 2015

Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos
VILLAVICENCIO - COLOMBIA

IV SIMPOSIO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING



CITY Tema Central MARKETING

/revistaGEON @RevistaGeon

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

**Universidad
de los Llanos**
*La universidad de cara a la sociedad
por la acreditación institucional*



Marketing verde como alternativa económica – Luz Vargas

Luz Amparo Vargas Sánchez
Esp. Gestión ambiental y Magister en Dirección
y Administración de Empresas
lucesitava@hotmail.com
@lucesillav

Resumen

El marketing incorpora diferentes actividades que permiten ser fuentes de ingresos desde 1990 se empieza a desarrollar el término de marketing verde, el que podemos definir como el marketing de bienes y servicios amigables con el medio ambiente, el cual para las empresas, poblaciones se ha convertido en una alternativa de innovación económica, que permite promover la cultura del cuidado del ambiente y el aprovechamiento de los recursos naturales, con el fin de contribuir al desarrollo de la población a nivel social, económico y cultural.

El Marketing es el arte y la ciencia de crear productos que satisfagan necesidades y deseos.

El objetivo de la propuesta es una nueva actividad económica que busca los beneficios de los que se puede proveer la sociedad. Desde esta perspectiva se ha desarrollado otras alternativas como lo es el marketing ecológico, marketing de turismo, se practica actualmente por las realidades ecológicas y sociales que se debe ampliar los sectores económicos alternativos que busca un enfoque de sostenibilidad y desarrollo sustentable que se ha denominado turismo Ecológico.

Palabras Clave

Marketing Green; turismo verde; desarrollo sustentable; alternativa económica.

Introducción

Al desarrollar un tema principal como es el del marketing verde, deberíamos indagar sobre muchos términos y estrategias que se desarrollan

a partir de este concepto, con base a nuestro contexto la investigación se realizó en el municipio de pulí Cundinamarca, un municipio pequeño del magdalena centro de Cundinamarca, con base a pequeños municipios donde la economía proviene del agro, la avicultura, la ganadería y la caficultura, ya no están generando los mismo ingresos para las poblaciones, se ha sufrido un descenso económico; debido a los cambios climáticos, la contaminación, los elevados costos de insumos para la producción de estos cultivos; por lo tanto hemos visto la oportunidad en el paisajismo, características ecológicas con las que pueden contar diferentes regiones y en los cuales permitirá que se desarrolle esta actividad económica.

Debido a las diferentes actividades que se generan del mercadeo, como lo es promoción, publicidad, productos, empaques. Se encuentra la necesidad de crear un grado de novedad en estos aspectos, que se integren con la responsabilidad social empresarial y la responsabilidad ambiental.

Desarrollo

La propuesta es aplicar un enfoque del marketing verde, como lo es el marketing de turismo ecológico; como alternativa económica que permita promover la cultura del cuidado del ambiente y el aprovechamiento de los recursos naturales con el fin de contribuir al desarrollo de la sociedad a nivel social, económico y cultural. Crear en los diferentes enfoques de marketing verde una actividad económica que eleve los niveles de bienestar y calidad de vida de la población.

Segmentar mercados de clientes verdes que generen economía para potencializar estas alternativas y buscar el bienestar de la sociedad.

Es una tendencia que se ha venido desarrollando en el marketing a partir del siglo XXI, el avance

de la tecnología y los países que ingresan a la globalización, comienzan un proceso importante de industrialización, que se reflejan poco a poco, debido a esto se han presentado efectos secundarios causados por la contaminación y la alteración de los ecosistemas y en donde podemos percibir que las grandes ciudades, las empresas, la industria los cuales tienen un alto impacto ambiental, se puede determinar que esto es debido al consumismo en el mercado, es allí donde radican muchas costumbres, responsabilidades, cultura, educación.

Las empresas de diferentes sectores económicos a partir de la implementación de normatividad ISO 14001, se entran a cuestionar en los procesos que realizan para satisfacer necesidades y básicamente se centran en un tema importante la producción de bienes o de servicios. Desde esta perspectiva los directivos de mercadeo deben ser muy estratégicos al momento de pensar de qué manera se puede contribuir al medio ambiente y satisfacer los deseos de las personas.

Teniendo en cuenta esta situación la American Marketing Association, plantea implementar el marketing verde, que tiene como objetivo ofrecer productos y servicios, más sustentables y reducir la contaminación del ambiente. Se puede decir que con esto se busca un comercio justo y productos que sean amigables con el medio ambiente, generando ingresos económicos y dando la oportunidad de ideas innovadoras que integren aportes a la naturaleza.

Desde este punto el marketing desarrolla más conceptos que integran el marketing verde, como lo son: eco marketing, marketing de turismo ecológico, todos aplicando a la responsabilidad social ambiental y a la protección del medio ambiente, sin irnos más allá las empresas han puesto en marcha esta novedosa idea con el fin de reducir costes y ampliar sus líneas de mercado.

En la actualidad encontramos empresas que han desarrollado productos que son amigables

con el medio ambiente, así mismo sus empaques, en el proceso de embalaje y en el buen uso de los canales de distribución.

Esto ha hecho que las campañas adopten una cultura de protección ambiental que va desde la alternativa económica hasta los proveedores.

En esta alternativa se integró el tema de recolección donde se puede aprovechar cada uno de los elementos que se recolecta se recicla y se reutiliza de tal manera que a nivel económico se refleja un ahorro de costos.

Esto ha tenido una integración con la responsabilidad social empresarial. Teniendo en cuenta los diferentes impactos en las industrias, las regiones que cuentan con características de con una gran biodiversidad, en fauna, flora y agrícola, nacimientos de agua, y una apreciación del paisaje única que permita un contacto con la naturaleza han incluido el marketing de turismo ecológico, lo que permite que un nicho de mercado se conviertan en clientes e integrar los enfoques del marketing.

El Ecoturismo es un fenómeno que ha resultado de la coincidencia de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales que han generado un desplazamiento de cierta población con fines, recreativos, de descanso o de apreciación de la diversidad natural.

Es una estrategia que beneficia en varios aspectos a las poblaciones que cuentan con las características aptas para desarrollar esta labor, ya que permite una cooperación entre la comunidad, los entes municipales, los visitantes y el ambiente. Se trata de que las personas disfruten de actividades eco turísticas y puedan apreciar la riqueza ambiental con la que se cuenta El ecoturismo es un fenómeno que ha resultado de la coincidencia de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales que han generado un desplazamiento de un nicho de mercado que su interés es con fines, recreativos, de descanso o de apreciación de la diversidad natural.

El turismo verde es una estrategia que beneficia en varios aspectos a las poblaciones que cuentan con las características aptas para desarrollar esta labor, ya que permite una cooperación entre la comunidad, los entes municipales, los visitantes y el ambiente.

Se trata de brindar un beneficio ecológico donde la población rural se concientice de la riqueza ambiental y cultural con la que se cuenta y se busque un mejoramiento a nivel socio económico.

Desarrollando esta actividad se puede decir que se tiene emplearan estrategias que se aplique herramientas como lo son el diseño, la planeación, dirección, control y evaluación.

Con el fin de contribuir al desarrollo de la población a nivel social, económico y cultural.

Para ver la viabilidad de este proyecto se realiza una investigación, cualitativa que se basa en un método empleado con la recolección de datos no cuantitativa con el propósito de explorar la percepción de las personas en cuanto a esta idea de negocio y si podrían ser clientes altamente potenciales.

La investigación se realizó en una institución de educación superior, teniendo en cuenta que su población pertenecía a un nivel socio económico en estratos 3, 4, 5 se realizó en la ciudad de Bogotá D, C. con niveles de estudios estudiantes de nivel técnico Profesional, docentes con posgrado y maestría, Carreras Administrativas, Ingeniero Ambiental y de Diseño de modas y gráfico, en edades entre de 18 a 55 años, la muestra: 100 Personas. Con estos datos se pudo determinar lo siguiente, que las personas interesada en realizar la práctica del ecoturismo y a quienes podríamos llamar nuestro clientes altamente potenciales, son aquellos diagnosticados que se encuentran entre el siguiente rango del mercado. Segmentación del mercado, personas en edades de 23 a 60 años, personas nativas de Colombia y turistas extranjeros Ingresos superiores a 1000 US dólares (2.000.000) Dos millones de pesos Colombianos que tengan un interés en algún

enfoque del área ambiental y requieran hacer prácticas o procesos de investigación académica, personas que quieran conocer otras áreas del paisaje con el que cuenta Colombia.

Teorías

La economía debe buscar elevar los niveles de bienestar y calidad de vida de la población local.

Marketing Green, Marketing de turismo.

Para la realización de este proyecto se toma como base el concepto del marketing Green.

“El ecoturismo, es una nueva tendencia del turismo alternativo, una actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del ambiente se trata de una tendencia que busca compatibilizar el sector turístico con la ecología, este también busca el desarrollo sostenible en las poblaciones que lo pongan en práctica, es decir que buscan un crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras, este también está ligado con la ética porque se intenta promover el bienestar de las comunidades locales”. *Duque y Ochoa, (2007).*

“El enfoque de las actividades turísticas que privilegian la preservación y la apreciación del medio, implica que los eco turistas tengan un viaje ambientalmente responsable a regiones con atractivos paisajes y diferentes tipos de ecosistemas, zonas poco perturbadas que permiten disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes, esto nace como una iniciativa dirigida a la preservación, a la conservación y a la difusión del patrimonio rural y del entorno medioambiental que lo rodea”.

Guía para elaborar un plan de negocio con enfoque hacia la sostenibilidad, *Duque y Ochoa, (2007).*

El turismo es considerado la mayor industria de servicios del mundo. *Kotler, browen, Makens, (2004)* Según los especialistas el ecoturismo es el sector turístico es uno de los que más rápido está creciendo y en los años noventa hubo un gran interés sobre el potencial del mercado verde

para una gran variedad de bienes y servicios. Entidades y los expertos presentan un crecimiento entre 10% y el 15% en el mundo entero.

“Esto se ha puesto en marcha por el crecimiento económico. Prevalció a finales de la década del setenta y principios de los ochenta, siendo su propulsor más conocido Ignacy Sachs”.

“A esto lo podemos denominar eco-desarrollo que busca manejar un modelo equitativo que permita, un modelo más amplio del desarrollo entendido como crecimiento de bienes y servicios socialmente disponibles. A si mismo se busca que haya una distribución equitativa de dichos bienes. Que los sistemas económicos”. Acerenza, 2004 .

Hetzner 1965 y apareció la revista Ecosphere en el año de 1965, como Turismo Verde o Turismo de Naturaleza.

“Es el disfrute y conocimiento respetuoso físico-cultural y espiritual de las bellezas naturales, de modo que no solamente no se les haga el más mínimo daño o deterioro, sino que se contribuya a su mantenimiento y preservación" Hurtado, (1997).

Teniendo en cuenta este planteamiento se pondrá en marcha esta propuesta en un municipio del Departamento de Cundinamarca, en el cual se realizó un análisis investigativo previo, ya que para aplicar esto se requiere que la población cuente con ciertas características; a continuación se identifica la DOFA de un plan de ecoturismo en una población.

Conclusiones

El Marketing Green – marketing de turismo ecológico es la apertura para los países a una nueva alternativa de recibir ingresos de las zonas naturales inalteradas, permite que regiones que se encuentran en subdesarrollo a través de estas buenas prácticas puedan llegar a civilizarse manteniendo esa cultura ambiental.

Incluir dentro del proyecto I+D+I, permite que profesionales aporten investigaciones a la nación y permitan desarrollar ideas nuevas en cuanto a las ciencias ambientales.

El proyecto empezará su marcha en pequeñas poblaciones en este caso en el municipio de Pulí-Cundinamarca, teniendo en cuenta la situaciones que se presentan en los otros sectores económicos que impiden que se desarrolle una actividad comercial en beneficio de toda la población.

Referencias bibliograficas

Hetzner, Dr. Nicolás, (1965), Revista Ecosphere “Turismo Verde o Turismo de Naturaleza”

HURTADO, ANDRÉS, (1997) Revista El Mundo Al Vuelo, Bogotá: “Ecoturismo” Numero 217 febrero

Kotler, Philip, browen John, Makens James. (2004). “Marketing para turismo”. España: Prentice Hall Pearson tercera edición.

Acerenza. Miguel.(2004) “Marketing de destinos turísticos”. México: Ed Trillas