

“Percepción de los consumidores sobre el rol de las empresas en pro del Medio Ambiente”

Benítez Gutiérrez J.A.¹, Castaneda Aragón F.A.², Marroquín Cruz J.A.³, Portillo Morales T.A.⁴, Trejo Cruz B.A.⁴

¹ Estudiante de la Licenciatura en Mercadeo

² Estudiante de la Licenciatura en Comunicaciones

³ Estudiantes de la Lic. Administración de Empresas

¹jose.benitez200099@liveusam.edu.sv, ²fernando.castaneda200359@liveusam.edu.sv,

³jose.marroquin200308@liveusam.edu.sv, ⁴tatiana.portillo200909@liveusam.edu.sv, ⁵bryan.trejo201059@liveusam.edu.sv

Resumen

La conciencia por la preservación del medio ambiente fue una actitud necesaria llevada a cabo en los últimos años por los países más industrializados, cuestión que se transmite gradualmente al resto. Para el mismo, los países más desarrollados establecieron ciertos controles ya que sostienen que los cuidados no atañen solamente a la contaminación ocasionada por las industrias, sino que también hay que evaluar la posible contaminación causada por el producto final. El propósito de estos controles es evitar el perjuicio que provoca los pasos de la cadena de producción, no sólo durante la fabricación sino también durante el uso y de los remanentes del producto. Por esto, cada industria deberá respetar la emisión máxima autorizada de elementos contaminantes, pagando impuestos de limpieza y además incentivándolas a invertir en investigación ambiental. Un paso para seguir para este propósito sería disminuir la energía de consumo, minimizar y prolongar el ciclo de vida de un producto mediante el “reciclaje”. (Nagel, 2022)

Palabras claves: Conciencia, Medioambiente, Contaminación, Industrias, Investigación Ambiental, Reciclaje

Abstract

Awareness for the preservation of the environment was a necessary attitude carried out in recent years by the most industrialized countries, an issue that is gradually transmitted to the rest. For it, the most developed countries established certain controls since they maintain that care does not only concern the contamination caused by the industries, but also the possible contamination caused by the final product must be evaluated. The purpose of these controls is to avoid the damage caused by the steps of the production chain, not only during manufacturing but also during use and product remnants. Therefore, each industry must respect the maximum authorized emission of polluting elements, paying cleaning taxes and also encouraging them to invest in environmental research. A step to follow for this purpose would be to reduce energy consumption, minimize and prolong the life cycle of a product through "recycling".

Keywords: Environmental Awareness, Environment, Pollution, Industries, Environmental Research, Recycling

Introducción

El impacto de los procesos industriales en el medio ambiente, con el paso del tiempo va dejando su marca en el territorio que habita, sin embargo, esto se ha potenciado desde la expansión de los procesos industriales, y no precisamente para bien. Desde 1992, cuando se celebró la Cumbre de Río, que se trata en un plan de acción internacional de temas medio ambientales y de desarrollo, dónde la Organización de las Naciones Unidas ha dejado claro que tanto el ser humano como la naturaleza son elementos indispensables para un desarrollo sostenible, los países miembros se comprometieron a regular y reducir el impacto negativo medio ambiental. (CEUPE, 2022)

El cuidado del medio ambiente por parte de las empresas en la actualidad se ha convertido en un tema importante ya que se debe analizar cada factor tanto como las empresas y las personas debemos contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente, es importante destacar que a la hora de elaborar un producto surgen interrogantes de cómo un producto se puede desechar fácilmente después de ser utilizado y el funcionamiento de manera eficaz ya que las empresas son responsables en poner a la venta productos desechables o que no sean productos duraderos y esto hace concientizar a las personas que las empresas no están dejando atrás el tema del medio ambiente. (Ecofiltro, 2021)

Las empresas deben promover el consumo responsable, permitiendo un control de las sustancias que provocan la contaminación atmosférica, tales como agentes gaseosos, líquidos y sólidos para que los clientes o consumidor den seguimiento sobre el cuidado y conservación del medio ambiente a través de su aporte con el mismo, y cambiando su pensar y acciones, eligiendo productos más saludables que sean menos contaminantes, comprometidos para el cuidado del medio ambiente para hacer de este un mundo mejor, y como responsabilidad social las empresas respetar, cuidar y valorar el entorno ambiental, dando un uso racional y consciente de los recursos naturales. (Redacción APD, 2019)

El medio ambiente ha sido una pieza clave para el desarrollo económico, funcionando como el principal proveedor de recursos y bienes ambientales, además de ser el receptor para todo tipo de desperdicio generado por los sistemas de producción. Una comunidad llena de consumidores sostenibles abre una amplia ventana de clientes potenciales que aumentarán la cartera de clientes y beneficios tanto personales como empresariales. No debemos olvidar que estos cambios en la visión empresarial están relacionados con los cambios que ha sufrido la sociedad debido a las diversas consecuencias ambientales que ha experimentado en nuestro entorno. (Up SPAIN, 2022)

Cada vez es más común encontrarse con consumidores que están preocupados por el medio ambiente, una tendencia que obedece a la actitud de las nuevas generaciones, que buscan que preservar el planeta sea una tarea conjunta entre ellos y las marcas que consumen. Es en este sentido que una oleada de productos ecofriendly llega de la mano de prestigiosas marcas que, buscando hacerse un hueco en el mercado de los pro-ecologistas, demuestran que sus productos pueden estar posicionados en este sector ya que viene a ser un atributo ser amigable con el medio ambiente y para las empresas debe ser prioridad a la hora de fabricar un producto o brindar servicios. (Ostos, 2021)

Marco Referencial

El marketing ecológico, o la comercialización de un producto o servicio basado en su respeto al medio ambiente, comenzó a fines del siglo XX, cuando la gente se volvió más consciente del impacto que las empresas estaban teniendo en el planeta. Después de varios eventos trágicos, se aprobaron muchas regulaciones y se formaron organizaciones para proteger el medio ambiente. Las empresas comenzaron a utilizar el marketing ecológico como una forma de recuperar la confianza de los consumidores que se volvieron escépticos de las corporaciones. Ahora, el marketing ecológico está integrado en la estrategia empresarial de muchas organizaciones. (Ricardo, 2020)

El marketing verde es un término muy en boga en los últimos tiempos y que cada vez está más presente en las estrategias de comunicación de las empresas, muchas personas han tomado conciencia de la magnitud de estos problemas en los últimos años, bien sea a través de campañas educativas de ONG o por medio de la difusión de imágenes en las redes sociales o los medios de comunicación, lo que ha llevado paulatinamente a un cambio de enfoque en los hábitos de consumo. Y esta tendencia, se ha intensificado debido a un incremento de la consciencia de este tipo de aspecto por parte de la sociedad durante la crisis del covid-19. (Cervera, 2022)

Aspectos culturales sobre viene evolucionando el marketing verde entorno a las empresas siendo amigables con el medio ambiente

Las actividades industriales suelen ocasionar problemas ambientales como contaminación, destrucción de ecosistemas, cambio climático y otros. A estos impactos, las empresas les suelen llamar “externalidades”. Los consumidores juegan un papel

importante en la promoción de una verdadera responsabilidad ambiental de las empresas, porque tienen el derecho a conocer sus prácticas ambientales y a difundir esta información entre el resto de la población. Además, tienen derecho a elegir productos y servicios que respeten el medio ambiente y a rechazar aquellos que no lo hacen. Entre las características de empresas que cuidan el medio ambiente se encuentran las siguientes:

- Una empresa amigable con el medio ambiente fabrica productos sin explotar los recursos naturales.
- Piensa cómo se van a vender sus productos y cómo se van a desechar después de concluir con tiempo de vida útil.
- Reduce su consumo de energía eléctrica para su producción.
- Calcula las emisiones de gases de efecto invernadero que genera la producción de sus artículos y las regula.

Las empresas se preocupan por el medio ambiente e invierten tiempo y capital en proyectos que disminuyan la producción de basura, la explotación de recursos naturales y gases de efecto invernadero. Muchas marcas quieren crear y fomentar una imagen mucho más verde que despierte confianza y cercanía en los usuarios y clientes. Sin embargo, este cambio de imagen no se produce de forma rápida ni sencilla. Es preciso organizarse en una serie de pasos para que ese cambio tenga un resultado efectivo y definitivo. Lo primero de todo consiste en conjugar tres objetivos:

- Satisfacer al usuario. Cabe recordar que lo que tiene que buscar una empresa siempre es cubrir un servicio o satisfacer una necesidad.
- Llegar a los objetivos empresariales. Los ingresos tienen que seguir siendo mayores que las pérdidas, y cubrir adecuadamente los gastos.
- Ser preferible medioambientalmente. Remodelar los productos o servicios para que sean mucho menos contaminantes. Y, por lo tanto, que sean preferibles frente a otros.

(Ecofiltro , 2022)

Aspectos sociales de como las personas perciben las actividades que las empresas realizan en pro del medio ambiente.

Las personas con el paso del tiempo se han dado cuenta que cuidar el medio ambiente es de mucha importancia ya que en los últimos años todas las personas van sufriendo al igual que la fauna que hasta ha llegado a provocar la muerte de animales, por eso las empresas han tomado la iniciativa de no elaborar mucho plástico que sea duradero sino en cambio que sea reciclable, por ejemplo unas empresas ya han estado dando bolsas reciclables para disminuir el plástico, también es importante contar con programas de reciclaje donde se desarrollen programas internos para reciclar productos como: papel, vidrio, plástico, suministros, componentes electrónicos, entre otros. Es importante que las personas se identifiquen con la problemática que requiere de un trabajo sistemático involucrando no sólo a los distintos niveles del Estado sino a todos los actores que participan en la contaminación. Hace algunos años, la percepción de una mejor calidad de vida estaba asociada a la posibilidad de tener una casa grande, tener tantos vehículos como personas en el hogar, viajar constantemente y consumir bienes y servicios de forma casi irracional. Ahora hay más conciencia de hábitos y sus repercusiones en el medio ambiente, contar con aire limpio, agua potable y sentirnos seguros, entre otros factores que permiten disfrutar el entorno en el cual vivimos. (BID, 2015)

Un hábito tan sencillo como cerrar el grifo mientras te cepillas los dientes podría ahorrar hasta un 90% de agua, y lavar el auto con una manguera a presión consume 80% más que hacerlo con un cubo y una esponja. De igual manera es bueno saber que el reciclaje es una de las maneras más fáciles de combatir el calentamiento global, sobre todo por los vertidos de plásticos que llegan a los océanos destruyendo la vida marina. En cifras, cada año mueren 1.000.000 criaturas marinas por la contaminación del plástico en el mar. Por ello, generar conciencia sobre la importancia de la clasificación de los residuos es muy importante. (BID, 2015)

Aspectos económicos y ejemplo de un producto amigable con el medio ambiente en El Salvador.

El desarrollo económico de los países tiene una influencia importante sobre el medio ambiente, el volumen de tráfico comercial contribuye de varias maneras de aumentar o continuar la contaminación, dos impactos diferentes que dependen de los ingresos de cada país en el que se desarrolla la actividad económica. Cuanta más actividad económica se produzca, mayor será el consumo de energía y de servicios como transporte, un hecho que implica más costes ambientales. Los consumidores exigen y perciben hoy en día que las empresas estén más comprometidas a la hora de producir.

Algunos autores indican que existen indicios para pensar que una mayor actividad económica puede tener un impacto positivo en el medio ambiente. Para lograr un crecimiento económico sano y limpio y mantener una buena relación con nuestro entorno. El crecimiento de los beneficios de la producción y comercialización de productos deben ir acompañados de inversiones en constantes mejoras en todos los procesos de la actividad comercial para reducir la contaminación al mínimo posible. Esto se traduce en apoyo a la investigación, aplicación de las medidas apropiadas, desarrollo y adaptación de nuevas tecnologías para la creación de industrias limpias.

Los países desarrollados que tienen altos ingresos pueden adaptar su producción a leyes, normas y reglamentos que regulan la contaminación. En cambio, los estados en desarrollo no cuentan con normas tan severas para la producción de sus bienes, por lo que la fabricación y comercialización de sus productos deja peor huella en el medio ambiente que en los países ricos. Cuando existe un tráfico comercial elevado en algún país, el consumo de energía también es cuantioso. Este hecho puede suponer un aumento indiscriminado de la degradación medioambiental. Por ello es de ser constantes en la implementación de estrategias para que los consumidores cuiden el planeta.

Utensilios de cocina que se convierten en abono después de utilizarlos.

Un grupo de jóvenes salvadoreños ecologistas propone la reducción en el uso de plástico a través de utensilios eco amigables que luego de usarlos se convierten en composta y abono, se trata de disminuir el uso de plástico por medio de utensilios ecológicos a base de semilla de aguacate que a la vez sirve de abono orgánico. Ante el uso masivo de plástico en utensilios para comida, Eco buscaba una forma de reducir su utilización, al menos desde su esfuerzo ciudadano. Se dieron cuenta que todos los utensilios eran a base de petróleo y no querían ser alguien más que solo vende comida saludable, querían ser diferentes, con conciencia ecológica, explica Clara. (Rivera, 2021) Por su riqueza en fibra, almidón, ácidos grasos, entre otros componentes, la semilla del aguacate puede utilizarse para crear una biomasa con la que es posible fabricar diversos utensilios como cucharas y tenedores reutilizables. Una transformación eco amigable descubierta por profesionales salvadoreños autodenominado Eco, una iniciativa joven que tiene la convicción de proteger el medio ambiente de El Salvador. La firma adquiere de México el 75 % del total de semillas de aguacate. El primer lote que vino al país resistió todas las pruebas: usarlo con comida caliente y congelada, dejarlo en el refrigerador y a temperatura ambiente, meterlo al microondas y enterrarlo.

Empresas en El Salvador que están comprometidas con la sostenibilidad del medio ambiente y actividades que realizan.

DELSUR

DELSUR es una empresa salvadoreña, dedicada a la transformación, distribución y comercialización de la energía eléctrica, la cual lleva el suministro a más de 418 mil clientes. Cuenta con operaciones en 79 municipios de San Salvador, La Libertad, La Paz, Cuscatlán y San Vicente. Desde 2011, la compañía pertenece a Grupo EPM con sede en Medellín, Colombia; reforzando con ello su visión de construir y fomentar territorios sostenibles y competitivos, adoptando su propósito empresarial: "Contribuir a la armonía de la vida para un mundo mejor." Su estrategia de sostenibilidad está basada en las 5P del Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. De esta manera, alinea su visión de RSE y Sostenibilidad a uno de los principales marcos referentes del desarrollo sostenible a nivel global. Asimismo, esta estrategia está en línea con los principales impactos generados por el negocio, fortaleciendo aquellos impactos positivos y mitigando los negativos en cuanto a nuestros grupos de interés y el medio ambiente. De esta manera, el talento humano y la estabilidad física, emocional y laboral de los colaboradores, son lo más importante para la empresa. En este sentido, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es clave en las operaciones de DELSUR, haciendo del progreso social, económico y el cuidado del medio ambiente, sus principales apuestas. (Puente, 2021)

Holcim

Holcim invierte 10 mil dólares en programa ambiental Cultura verde, donde tiene diferentes campañas en pro del medio ambiente.

vital para el medio ambiente.

Durante el año 2017 se llevó a cabo jornadas de Reforestación, entre ellas: Cantera de Nancintepeque y el Arriate Central de la carretera que de Lourdes conduce a San Salvador. Estas actividades tienen como objetivo crear conciencia ambiental en los estudiantes y la comunidad, para que sean aliados en la protección de los recursos naturales.

Árboles frutales entregados en el quiosco ambiental.

Con el objetivo de crear conciencia en temas ambientales de sus colaboradores, se realizó una feria de medio ambiente, para entregar árboles frutales a los asistentes. La inversión que realizamos fue de \$650, para beneficio de más de 200 personas.

Campaña de limpieza y ornato para una Ciudad más limpia

En el marco de la celebración del día del Medio Ambiente, se realizó la campaña de Limpieza y Ornato “Por un Metapán más Limpio”, con la compañía de 300 voluntarios. Como resultado de este esfuerzo se logró recolectar cinco toneladas de desechos, se pintaron cunetas y la Ciudad quedó mucho más limpia y ordenada. La inversión que realizamos fue de \$ 5 mil para beneficio de todos los habitantes de la Ciudad.

(LafargeHolcim, 2022)

Asesuisa / Sura.

ASESUISA/SURA considera que la protección de los recursos naturales se debe abordar desde el entendimiento de los impactos ambientales directos, e indirectos, que genera la compañía a lo largo de la cadena de valor. Es consciente del rol de la empresa para la transición hacia una economía baja en carbono, a partir de la toma de decisiones de inversión informadas y una asignación de capital basada en sus principios corporativos y en el propósito de crear bienestar y desarrollo sostenible para las personas, las organizaciones y la sociedad. Por ello ASESUISA / SURA llevó a cabo actividades de mantenimiento de los árboles en la zona de amortiguamiento del cráter del volcán del El Salvador, mejor conocida como El Boquerón específicamente en la zona de recarga hídrica ubicada en el Cantón El Progreso, caserío La Cascajera y Ojo de Agua, las cuales consistieron en plantar 300 árboles de especies nativas. Según estimaciones, la restauración de 300 árboles contribuye en la fijación de 12 ton de CO₂ eq- (toneladas de CO₂ equivalentes) aproximadamente y con un incremento anual en fijación de aproximadamente a 1.5 ton de CO₂ eq- (toneladas de CO₂ equivalentes). (Cuellar, 2022)

Justificación

El impacto medio ambiental ha venido cambiando cada vez más y esto se debe a que como consumidores y proveedores de productos o servicios que son las empresas no mantienen un cuidado racional de los recursos, el conocimiento como tal sobre la labor de las empresas debe enfocarse a la conservación de nuestro entorno ambiental abriendo paso a las nuevas generaciones a que contribuyan al uso adecuado y cuidado del medio ambiente en el que nos desarrollaremos. En la actualidad cada empresa juega un papel importante en la sostenibilidad del medio ambiente ya que sus procesos industriales son altamente exponentes de la contaminación ambiental, dañando al planeta y nuestro entorno, factores que se deben enfocar en reducir todos estos contaminantes y dar ejemplo a través de actividades positivas hacia el cuidado del medio ambiente, también el consumidor es responsable al momento de adquirir bienes o servicios.

La responsabilidad que hay de las empresas hoy en día debe ser expuesta a los consumidores de manera que ellos puedan llegar al grado de ser exponentes sobre el cuidado del ambiente ya que durante mucho tiempo se ha venido experimentando muchos factores los cuales afectan a nuestro planeta y consigo a nosotros los seres humanos, el propósito es que la percepción hacia las empresas mejore cada vez es decir que de acuerdo a las prácticas sobre el cuidado del medio ambiente que se implementen en cada empresa puede ser un factor clave en el mercado. Las empresas como tal deben comunicar de manera adecuada e incentivar a los consumidores a que protejan los recursos naturales, utilizando medios convencionales para hacer llegar de manera adecuada el mensaje y dar seguimiento a las campañas que dichas empresas implementen, ser referentes en la preservación y cuidado del medio ambiente para el uso racional de los recursos naturales disminuyendo la contaminación.

En este proyecto daremos paso a conocer la percepción de los consumidores sobre el rol que cumplen las empresas en pro del medio ambiente, opiniones de las personas sobre la labor de las empresas en donde observaremos e indagaremos sobre actividades y campañas que las empresas en la actualidad están desarrollando para proteger el medio ambiente en materia industrial ya que muchas veces son las empresas las que contaminan con sus procesos a nuestro entorno.

Objetivos

Objetivo general

- Evaluar la percepción de la población sobre la labor de las empresas en pro del medio ambiente.

Objetivos específicos.

- Identificar la demanda de productos que contribuyen en pro del medio ambiente.
- Identificar las actividades que realizan las empresas en pro del medio ambiente.
- Evaluar los canales de comunicación que las empresas utilizan para incentivar el cuidado del medio ambiente.

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos
<p>Percepción de los consumidores sobre el rol de las empresas en pro del Medio Ambiente</p>	<p>El cuidado del medio ambiente por parte de las empresas en la actualidad se ha convertido en un tema importante ya que se debe analizar cada factor tanto como las empresas y las personas debemos contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente, es importante destacar que a la hora de elaborar un producto surgen interrogantes de cómo un producto se puede desechar fácilmente después de ser utilizado y el funcionamiento de manera eficaz ya que las empresas son responsables en poner a la venta productos desechables o que no sean productos duraderos y esto hace concientizar a las personas que las empresas no están dejando atrás el tema del medio ambiente.</p>	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la percepción de la población sobre la labor de las empresas en pro del medio ambiente. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar la demanda de productos que contribuyen en pro del medio ambiente. • Identificar las actividades que realizan las empresas en pro del medio ambiente. • Evaluar los canales de comunicación que las empresas utilizan para incentivar el cuidado del medio ambiente. 	<p>Factor: Elementos para preservar el medio ambiente. Percepción de la población salvadoreña hacia empresas: Las empresas deben promover el consumo responsable, control de las sustancias que provocan la contaminación atmosférica, seguimiento sobre el cuidado y conservación del medio ambiente a través de su aporte con el mismo, y cambiando su pensar y acciones, eligiendo productos más saludables que sean menos contaminantes, comprometidos para el cuidado del medio ambiente para hacer de este un mundo mejor, y como responsabilidad social las empresas deben respetar, cuidar y valorar el entorno ambiental, dando un uso racional y consciente de los recursos naturales.</p>	<p>Factores motivacionales: Consumo responsable, sostenibilidad ambiental, productos biodegradables, preferencia de compra, hábitos de compra, funcionalidad de soluciones para el cuidado del medio ambiente, percepción de los consumidores,</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>

Método

Se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva y bibliográfica que permite detallar situaciones o eventos, es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca propiedades, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Se seleccionaron a Personas que son consumidores o que perciban la labor que cumplen las empresas en pro del medioambiente, que resida en El Salvador, entre las edades de 18 años en adelante.

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta en línea el cual buscaba determinar una serie de preguntas para poder conocer los factores motivacionales que inciden en la percepción del rol que cumplen las empresas en pro del medio ambiente por medio del sitio web <https://forms.gle/e9MiBgUSJT3FEhuj9> abarcando a 385 personas que aporten su percepción sobre actividades que las empresas hacen por cuidar el medio ambiente, hayan o no cursado estudio universitarios, sin importar el estado civil, sexo, lugar de residencia.

Se planteó para la determinación de la muestra, el uso de la fórmula para poblaciones infinitas, considerando un Nivel de Confianza del 95%, Margen de error del 5%, probabilidad de éxito y fracaso de 50% en ambos casos.

Los datos fueron almacenados en una base de datos de la plataforma de Google Forms. El cuál se realizaron tablas de frecuencia con gráficas para estipular los porcentajes de información válida y los datos que no eran representativos. Con la obtención de esta información, las empresas pueden determinar y proponer nuevas alternativas para mejorar sus procesos enfocados a preservar los recursos naturales en nuestro país.

Conclusiones

- Las empresas radicadas en El Salvador, de acuerdo con su actividad comercial deben establecer políticas sobre el cuidado del medio ambiente, capacitar a sus empleados sobre el tema, que ellos sean el cambio como ejemplo a la sociedad.
- Una sociedad cambia al ver las acciones positivas, para estos cambios no sólo se beneficia nuestro presente sino el futuro, esto beneficiara a escala global ya que debemos de ser ejemplo para cambiar nuestra realidad ambiental.
- También que desde el punto de vista de la demanda de las personas o consumidores han hecho una presión a las empresas que hacen que hayan llegado a crear un mercado verde convirtiendo la preocupación sobre el medio ambiente en un factor de competitividad estratégico en las empresas, es por eso por lo que hoy en la actualidad las empresas están adoptando y creando nuevos productos, servicios, procedimientos y estrategias que ayuden al medio ambiente.
- Además, que las empresas hoy se están innovando y tratando de crear los productos que ayuden a cuidar al medio ambiente y asimismo haciendo campañas publicitarias como reciclaje, entre otras.
- Para finalizar, se puede mencionar que el tema de medio ambiente es un caso de mucha importancia y es por eso que en la última década ha experimentado una enorme evolución con ciertas transformaciones de las demandas de los consumidores sobre la industria, y que afectan el desempeño y competitividad, acarreando consecuencias para el comercio tanto nacional como también internacional.

Agradecimientos.

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión del Licenciado Elmer Alexander Mozo, a quien nos gustaría expresar nuestro profundo agradecimiento, por hacer posible la realización de este estudio. Además, de agradecer su paciencia, tiempo y dedicación que tuvo para que se realizara de manera exitosa. Gracias por su apoyo, por ser una parte fundamental de nuestro proyecto, impartiendo la Cátedra de Investigación de Mercados, donde se ha profundizado el aprendizaje y aplicación de los métodos de investigación. A nuestros padres, por darnos la vida y apoyarnos en todo lo que no hemos propuesto en nuestro camino profesional y principalmente agradecer a Dios por darnos los recursos para que nuestros proyectos se lleven a cabo.

También a las personas que nos ayudaron dando su opinión y respondiendo cada encuesta, que al final nos ayudó a obtener ese resultado exitoso, y a cada uno de los compañeros del equipo que pusieron de su empeño y esfuerzo para poder culminar el trabajo de investigación.

Atentamente:

Bachilleres: José Benítez, José Marroquín, Fernando Aragón, Tatiana Portillo, y Bryan Trejo.

Recomendaciones.

Considerando la importancia que tiene esta investigación, en función de los resultados obtenidos se formulan las siguientes sugerencias para los clientes consumidores de productos amigables con el medio ambiente y para las empresas, con la finalidad de lograr una concientización de la sociedad sobre el cuidado del medio ambiente, para ello se hace llegar estas recomendaciones.

- Como sociedad ser conscientes en su compra y el manejo de desperdicios, ya que hay materiales que al ser desechado provocan una gran contaminación del medio ambiente, que por su tiempo de desaparición, también es necesario poder reciclar materiales que tengan opción de segundo uso, y así poder ayudar a nuestro medio ambiente.
- Las empresas industriales deben implementar programas destinados a la responsabilidad social ambiental y motivar a sus empleados y consumidores por medio de actividades donde puedan ser incluidos para formar un buen hábito con el modo de uso de sus residuos y materiales, además de las diferentes formas de como poder cuidar el medio ambiente.

Referencias

- BID. (1 de octubre de 2015). *BID*. Obtenido de Hábitos ciudadanos que ayudan a conservar el medio ambiente: <https://blogs.iadb.org/agua/es/5-habitos-ciudadanos-que-ayudan-a-conservar-el-medio-ambiente/>
- Cervera, A. (1 de enero de 2022). *Simbiotia*. Obtenido de Qué es el marketing verde y por qué es tan importante para las marcas: <https://www.simbiotia.com/marketing-verde-que-es/>
- CEUPE. (1 de enero de 2022). *El impacto de los procesos industriales en el medio ambiente*. Obtenido de CEUPE Magazine: <https://www.ceupe.com/blog/impacto-procesos-industriales-medio-ambiente.html?dt=1663820853683>
- Cuellar, C. (1 de octubre de 2022). *DINERO.COM.SV*. Obtenido de ASESUISA contribuye al desarrollo de la salud social y ambiental de las personas: <https://dinero.com.sv/es/rse/item/5261-asesuisa-contribuye-al-desarrollo-de-la-salud-social-y-ambiental-de-las-personas.html>
- Ecofiltro . (1 de enero de 2022). *Ecofiltro*. Obtenido de CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE CUIDAN EL MEDIO AMBIENTE: <https://ecofiltro.mx/blogs/news/caracteristicas-de-las-empresas-que-cuidan-el-medio-ambiente>
- Ecofiltro. (2 de junio de 2021). *Características de las empresas que cuidan el medio ambiente*. Obtenido de Empresa Socialmente Responsable: <https://ecofiltro.mx/blogs/news/caracteristicas-de-las-empresas-que-cuidan-el-medio-ambiente#:~:text=Una%20empresa%20amigable%20con%20el,energ%C3%ADa%20el%C3%A9ctrica%20para%20su%20producci%C3%B3n>
- LafargeHolcim. (1 de enero de 2022). *Una empresa de LafargeHolcim*. Obtenido de Informe Social y de Sostenibilidad Holcim El Salvador: https://www.holcim.com.sv/sites/elsalvador/files/documents/informe_social_2018.pdf
- Nagel, C. (1 de enero de 2022). *Cuidado Ambiental de las Empresas*. Obtenido de Industrias y el Medio Ambiente: https://historiaybiografias.com/industrias_mediambiente/
- Ostos, M. (7 de mayo de 2021). *Empresas y productos responsables con el medio ambiente*. Obtenido de Merca20: <https://www.merca20.com/el-consumidor-quiere-productos-responsables-con-el-planeta-y-estos-tenis-de-cana-lo-evidencian/>
- Puente, L. (27 de julio de 2021). *elsalvador.com*. Obtenido de Empresas comprometidas con la sostenibilidad en El Salvador: <https://historico.elsalvador.com/historico/861673/responsabilidad-empresarial-social-el-salvador-empresa.html>
- Redacción APD. (11 de 10 de 2019). *Percepción cultural hacia las empresas para el cuidado del medio ambiente*. Obtenido de APD: <https://www.apd.es/marketing-verde-ventajas-desventajas/>
- Ricardo, R. (20 de septiembre de 2020). *Estudiando*. Obtenido de Historia del marketing verde: <https://estudiando.com/historia-del-marketing-verde/>
- Up SPAIN. (1 de enero de 2022). *Percepción económica hacia las empresas para el cuidado del medio ambiente*. Obtenido de Up SPAIN: <https://www.up-spain.com/blog/beneficios-empresa-medio-ambiente/>