

Conciencia ecológica en los negocios.

Actualmente la preocupación que ha nacido en la sociedad por preservar el medio ambiente han surgido nuevas ideas de negocios y también se ha desarrollado una nueva megatendencia llamada: consumidor ecológico.

El consumidor ecológico es un comprador consciente y sensible de las repercusiones que sus hábitos de consumo imponen sobre el desarrollo sostenible de la región en donde vive. Valora la calidad de vida en términos del respeto al medio ambiente, la utilización responsable de los recursos naturales, el cuidado de su salud y el bienestar general de su comunidad. Reconoce que esta actitud ante la vida puede tener costos económicos adicionales y está dispuesto a afrontarlos.



Algunos factores fulminantes de esta megatendencia son:

- Apoyo por parte del gobierno hacia las empresas que fabrican productos con material ecológico para disminuir los costos de sus productos, como por ejemplo el crecimiento de las empresas que se dedican al reciclaje, ocasionando un incremento en la compra ecológica
- La mercadotecnia ecológica ha tomado una nueva dirección, pensando en las necesidades de los consumidores ecológicos, innovando en nuevas promociones.
- Las empresas ecológicas deben de buscar la forma de asegurarle al consumidor que su producto ecológico es de calidad y que satisface las necesidades
- Las nuevas opciones de transporte que nos permite adquirir un vehículo que contamine menos al medio ambiente
- Buscar nuevas energías alternativas que no afecten al medio ambiente, obteniendo así mayores beneficios.

En nuestra cultura los jóvenes tienden a tener más conciencia sobre el medio ambiente, así mismo el 22% las personas adultas también muestran un cierto interés ambientalista y se preocupan por reciclar. Las empresas pueden lograr a través de sus campañas publicitarias la sensibilización hacia los jóvenes ya que es el mercado el cual está más informado y preocupado por la preservación del medio ambiente. El nivel educativo es un factor importante para apoyar al mercado ecológico ya que estudios del Observatorio Estratégico-Tecnológico del Tecnológico de Monterrey revelan que el 65% de los consumidores tienen una idea liberal o progresista teniendo un 87% para

apoyar a la ecología. Esto se ve reflejado en que ahora los consumidores se preocupan más en la compra de sus alimentos y adquieren los que son “naturales” en vez de consumir los que contienen grandes cantidades de conservadores.

A raíz de estas conductas del consumidor ecológico han surgido estas nuevas ideas de negocios ecológicos:

- Comercialización de vehículos eléctricos

Estos autos no emiten ruidos ni gases contaminantes y no generan desechos como aceites y filtros que contaminan el medio ambiente.

- Tienda virtual de productos ecológicos

Podrás encontrar productos como ropa, bolsos, zapatos y otros productos que están hechos de insumos naturales que cuidan el medio ambiente

- Empresa de reciclaje

Se dedican a la recolección de materiales de desecho para después ser separados y transformados en nueva materia prima

- Fabricación y venta de bolsas biodegradables

Son hechas de un material especial que les permite después de unos meses poder degradarse a diferencia de las bolsas convencionales que tardan años en desaparecer

- Ecoturismo:

Es una nueva tendencia al turismo convencional, ya que se busca la sustentabilidad de la región que se visita así como la preservación y apreciación del medio ya sea natural o cultural y así lograr sensibilizar al consumidor.

Es satisfactorio saber que las empresas se están preocupando por concientizar a la población para que empiecen a consumir productos que son menos contaminantes para el medio ambiente.

Ante los cambios climáticos que hemos sentido y observado a través del tiempo, debemos de ser capaces de ayudar a preservar la naturaleza y que mejor manera de emprender un negocio ecológico, invirtiendo nuestro capital, el cual resultaría altamente rentable y beneficiaría al planeta.

Bibliografía:

Armando Martinez Turrubiates, F. M. (s.f.). *OET*. Recuperado el 12 de 04 de 2012, de https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3_1_20012012143610.pdf

OET. (s.f.). Recuperado el 06 de 04 de 2012, de <https://oet.itesm.mx/portal/page/portal/OET/Servicios1>