MOD

MARKETING, ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

expociencia unileon

expociencia unileon

Con la colaboración de:

universidad de león

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

FECYT FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

http://expociencia.unileon.es · #ExpocienciaUnileon · @unileon · @unileon · @unileon_es

MOD

MARKETING, ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

José Luis Vázquez Burguete
jose-luis.vazquez@unileon.es
Facultad de CC. Ec. y Empresariales. Campus de Vegazana, s/n. 24071 León
https://www.unileon.es/grupos-investigacion/detalles-grupo.php?id=3&grp=460

RESULTADOS

Los resultados de la investigación pueden contribuir a generar programas de educación para el consumo responsable de los diversos colectivos de la sociedad. Además compartir dichos resultados con grupos de trabajo y de acción social respaldados por entidades públicas y privadas, impulsaría el avance hacia una sociedad más sostenible implicando a ciudadanos y consumidores.

Concretamente, estos aspectos se plasmarían en:

- Individuos educados, con autonomía y sentido crítico a la hora de adoptar el papel de consumidores, especialmente los jóvenes.
- Consumidores racionales que asumen con responsabilidad personal sus decisiones de compra y valoran el impacto de su consumo sobre el medioambiente y sobre la sociedad en general.
- Individuos capaces de identificar el etiquetado de los productos y distintivos oficiales y de atribuirles el significado apropiado, especialmente el ecológico.
- Consumidores que exigen a las empresas responsabilidad sobre los impactos que generan.
- Organismos con métodos de gestión eficiente de los recursos naturales.
- Políticas que actúan en el territorio contribuyendo al bienestar individual y social.
- Políticas que protegen los patrimonios naturales y culturales sin limitar la actividad económica.

OBJETIVOS

- Conocer el proceso de decisión de compra de productos responsables y/o ecológicos.
- Analizar el perfil del consumidor de productos responsables y/o ecológicos.
- Estimular el consumo de productos responsables y/o ecológicos.
- Favorecer un desarrollo territorial y urbano equilibrado y sostenible.
- Estimular la oferta de mejores condiciones para la utilización del territorio y del medio ambiente.
- Aportar alternativas empresariales que contribuyan al desarrollo y al bienestar de las personas y de la sociedad.
- Estimular las ventas de la empresa y la fidelidad del cliente mediante estrategias socialmente responsables.

LÍNEAS de TRABAJO

- Planificación estratégica de la ordenación del territorio.
- Marketing y desarrollo territorial de ciudades, entornos rurales y/o naturales.
- Análisis territorial e impacto de infraestructuras y estudios de medio ambiente.
- Desarrollo socioeconómico responsable y sostenible.
- Responsabilidad social en las empresas y corporaciones.
- Marketing social, público y no lucrativo de las empresas y corporaciones.
- Gestión del conocimiento, creatividad e innovación en las organizaciones.
- Planificación estratégica y desarrollo de campañas de comunicación basadas en herramientas tradicionales y herramientas TIC.
- Análisis del comportamiento del consumidor responsable y/o ecológico.
- Estudio de percepciones y motivaciones en la compra de productos y servicios responsables y/o ecológicos.