**Tabla 1**

Marketing verde

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Autor** | **Cita** | **Análisis por parte de investigadores** |
| Monteiro y Colaboradores (2015). | El marketing verde es un concepto relativamente nuevo para la mayoría de los consumidores. (p. 120).  | La concepción verde no solo implica la venta de un producto, sino, una filosofía de vida que permite integrar el accionar ciudadano con el cuidado del medio ambiente.  |
| Sabre (2014). | En relación con los recursos que se utilizan para representar al medioambiente en los mensajes, se destacan aquellos visuales frente a los verbales. (p. 36).  | El estudiante podría diseñar estrategias comunicativas que le permitan comunicar el valor que tiene el medio ambiente para la humanidad, fomentándose su innovación y proactividad.  |
| Echeverri (2010). | El compromiso hoy es desarrollar un acercamiento con el que se proteja la naturaleza (p. 137).  | Ser productivo desde lo sostenible implica una relación ganar – ganar entre el ser humano y el medio ambiente, fomentándose así, una cultura responsable.  |
| Del Campo y González (2010)  | Color verde que es “típicamente ecológico por su asociación con el color de la vegetación” | El estereotipo verde podría ser un factor de partida para la articulación de acciones que permitan tener presente en el ambiente de aprendizaje, lo ambiental – ecológico como una apuesta concientizadora de los estudiantes en consecución de una conciencia planetaria.  |
| Escobar -Moreno, N. (2015).  | Puede afirmarse que los consumidores verdes de la región estudiada, son personas a las que les gusta estar actualizadas y que tienen una alta atracción por la tecnología. (p. 106).  | Fomentar el gusto por el respeto al medio ambiente, podría contribuir en la formación de investigadores, por cuanto se concibe una personalidad indagadora de los productos a consumir, mediante el uso de las TIC, situación que podría contribuir en un aprendizaje de calidad.  |
| Cardona Arbeláez. (2018).  | Innovar no es hacer pequeños cambios en un producto o servicio ya ofrecido al público, más bien consiste en crear nuevos conceptos (p. 9).  | La innovación se encuentra presente en la filosofía verde, de allí que puede ser transferida a la generación de un aprendizaje que construya nuevos conceptos desde la realidad que ofrece el marketing verde y su apuesta por la preservación de lo ambiental.  |
| Díaz (2008).  | Las actividades de ecoturismo tienen que estar acompañadas permanentemente de tareas de investigación. (p. 148).  | El estudiante podría aprender haciendo investigación, esto mediante la aplicación de técnicas de recolección y análisis de información, desde la recogida de datos en contextos naturales, existiendo contacto directo con el fenómeno de estudio, existiendo un aprendizaje en contexto.  |
| Observatorio de Tendencia Futuro 360° (2017).  | Todas las estrategias implementadas para reducir el impacto sobre el medio ambiente son positivas, pero deben partir de una fuerte ética empresarial, que permitan la generación de medidas efectivas con el medio ambiente a partir de la voluntad y la decisión del empresario. (p. 109).  | La preservación del medio ambiente trae implícito el fomento de la ética, la cual permite al ser humano reflexionar sobre el bien y mal que pueda cometer, en este caso con el medio ambiente, siendo posible la generación de una competencia ética desde los ambientes de aprendizaje.  |
| Bur (2013).  | El marketing sustentable dejó de ser una alternativa para transformarse en una necesidad para las empresas. (p. 140).  | Lo sustentable es una tendencia en crecimiento, lo cual los estudiantes deben estar preparados para asumir los retos de la sociedad global.  |
| Pérez Espinoza, Espinoza Carrión y Peralta Mocha (2016).  | No importa el tamaño ni la naturaleza de la empresa, lo que realmente importa es que se tome conciencia a todo nivel, desde la alta dirección hasta los más bajos niveles organizacionales de que la tierra es la que provee de todos los recursos que se utilizan para la producción, por tanto se debe cultivar para que las futuras generaciones disfruten de ella. (p. 176).  | Generar el sentido de pertenencia por la tierra es un factor generador de una ciudadanía con conciencia, además agradecida de vivir en un entorno sano, el cual debe ser un legado a las próximas generaciones, formándose así a los estudiantes en el valor de la co responsabilidad.  |
| Salas Canales (2018). | La conservación del medio ambiente es muy importante y requiere del trabajo en conjunto del Estado, organizaciones y consumidores. (p. 163).  | La integración escuela – comunidad, puede ser fomentada desde la filosofía verde, además desde ese binomio se puede articular una participación ciudadana comprometida con el diseño de políticas educativas cónsonas a la realidad global.  |

Fuente: Investigadores (2019)

**Tabla 2**

Ciudadanía planetaria

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Autor** | **Cita** | **Análisis por parte de investigadores** |
| Moreno Fernández (2015)  | En cuanto al sentimiento de pertenecer a una comunidad global, que el alumnado se sienta parte de una ciudadanía planetaria, aunque no entienda el concepto a grandes rasgos, y considere que se debe de actuar desde la solidaridad, es un paso importante para poder comenzar a trabajar desde la escuela. (p. 55).  | La solidaridad se encuentra inmersa en la articulación de un ciudadano planetario, por consiguiente la escuela debe plantearse asumir la fusión con lo verde para construir una visión en donde la sinergia con el otro conforme equipos de trabajos cooperativos bajo la visión ganar – ganar.  |
| Feldmann y Biderman (2001).  | Estamos frente a un problema cuya solución implica transformaciones reales del actual paradigma de desarrollo. Depende de la formación de una ciudadanía planetaria, de ciudadanos preocupados y comprometidos con el futuro de la vida en la Tierra. (p. 292).  | La educación actual es responsable de promover un estilo de vida sustentable, lo cual representa formar a un ciudadano comprometido con la transformación social, mediante la preservación del medio ambiente.  |
| Abril (2015).  | Cuando frente a la crisis de representatividad se apela a “los políticos” como culpables de buena parte de los males que aquejan a la sociedad, tal y como sostiene buena parte de la opinión pública, la escuela y quienes nos dedicamos a la educación también deberíamos sentirnos interpelados (p. 103).  | Es necesario asumir la responsabilidad de ser un ciudadano en el mundo, lo cual implica tener participación activa en la construcción de una mejor sociedad, para lo cual es indispensable que las personas se organicen para asumir una participación ciudadana comprometida.  |
| Muñoz Cardona (2014).  | Las políticas públicas y las normas para la defensa de los derechos humanos fundamentales como principio cosmopolita demandan, antes de nada, de la formación en el carácter de cada ser humano en lo socialmente bueno. (p. 203).  | Desde el trabajo por la defensa y promoción de los derechos humanos, se asume la preservación del medio ambiente, siendo este un elemento a tener en cuenta en la formación de ciudadanos planetarios desde la escuela.  |
| Gómez Abeledo (2016).  | Mientras la participación, la interculturalidad, La ecología siguen siendo materias de malla curricular “la calle” revierte procesos intelectualizados. La calle está interculturalizando, dialoga con la naturaleza y genera un nuevo contrato socioeconómico ambiental. (p. 88).  | Es necesario transcender el mero estudio cognitivo de lo ecológico, ambiental, intercultural, es pertinente la formación práctica para la consecución de una verdadera conciencia planetaria.  |
| Zambrano (2015).  | La mayoría de docentes no utilizan estrategias adecuadas para orientar la educación ambiental en los niños y niñas, los recursos didácticos que utilizan no están en función de los hábitos para el cuidado ambiental. (p. 20).  | Es pertinente integrar estrategias adecuadas e innovadoras a la formación de la responsabilidad ciudadana ambiental, siendo esto posible por medio del marketing verde.  |
| Hernández y López (2014). | Así el desafío de las universidades, tanto públicas como privadas hoy, será lograr un modelo universitario centrado en la formación del ciudadano, en el cual la construcción de la democracia y de la participación social sea la que alimente la nueva forma de vernos y de relacionarnos con otros y con el mundo que nos rodea. (p. 55).  | Las universidades están llamadas a formar profesionales comprometidos con la articulación de una sociedad sostenible y sustentable, para lo cual, la filosofía verde puede ser un punto de referencia para fomentar la conciencia necesaria en los estudiantes para asumir tal rol protagónico.  |
| Ceballos & Ocampo (2016). | Unida al Pensamiento Complejo la Responsabilidad Social alcanzará su máximo desarrollo. (p. 75).  | Es necesario promover el aprendizaje complejo, sistémico, complementario, dejando de lado la enseñanza atomizada de conocimientos.  |
| Collado Ruano (2018).  | Tenemos que aprovechar la oportunidad que nos brindan los ODS para caminar juntos hacia un horizonte civilizatorio sostenible con el medio ambiente. (p. 82).  | Existe la voluntad política internacional por lo sostenible, de allí la urgencia de trabajar desde la filosofía verde en la consecución de una ciudadanía apta para asumir tal reto.  |
| Aranibar Brañez (2010). | La no fragmentación de los saberes, la reflexión sobre lo que se enseña y la elaboración de un paradigma de relación circular entre las partes y el todo, lo simple y lo complejo. (78).  | No existen saberes ni conocimiento menos importante que otro, hoy es necesario ser interdisciplinario y concatenar la experiencia con lo científico, para construir conocimientos pertinentes a las necesidades reales de la sociedad global.  |
| Castillo y Castillo (2013).  | Hoy más que nunca se reconoce que lo afectivo es un imperativo en el que tiene que fundamentarse la biopedagogía, es la esperanza de lograr aprendizajes más sociales, humanos, vitales; eso concatena la esperanza. (p. 119).  | La biopedagogía aflora como una aliada en el proceso de concatenar el marketing verde con la gestación de un ciudadano planetario.  |
| De Souza Bonfim (2014)  | Merece destacarse el hecho de que el desarrollo sustentable posee como objetivo principal la promoción del bienestar de las personas sin degradar el capital natural. (p. 239).  | Se trata de crear una conciencia colectiva de aprovechamiento de los recursos naturales sin destruir los mismos, situación que puede ser desde un ciudadano ético, responsable y con conciencia planetaria, tarea de la educación en todos sus niveles.  |

Fuente: Investigadores (2019)