

El marketing y su contribución al logro de los objetivos de desarrollo sostenible según análisis de literatura

Ronald Ariel Gutiérrez

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Los Santos,
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad

Email: ronald.gutierrez@up.ac.pa  <https://orcid.org/0000-0001-6679-8412>

Resumen

La disciplina del marketing ha brindado aportes que ayudan a prevenir desequilibrios naturales a través de campañas publicitarias que buscan crear conciencia en las personas sobre el cuidado del medio ambiente. Este estudio se enfoca en explorar las investigaciones científicas relacionadas al marketing y los Objetivos de Desarrollo Sostenible según la literatura tomando en cuenta que estos objetivos en parte están comprometidos con la conservación de la naturaleza. Para lograr este propósito se llevó a cabo una revisión de literatura descriptiva mediante el acceso a documentos de la base de datos Scopus de Elsevier con la siguiente ecuación de búsqueda de palabras clave: TITLE-ABS-KEY ("*marketing*" and "*sustainable development goals*"), la cual captó los documentos que contenían los términos marketing y objetivos de desarrollo sostenible en el título, resumen o palabras clave. Los resultados muestran una producción científica de 599 documentos publicados de 2005 a 2024 con una tendencia lineal creciente de las publicaciones a partir del año 2015, los trabajos científicos son de diferentes tipos, entre los cuales el mayor porcentaje (64%) está compuesto de artículos científicos. Se construyó una nube de palabras con los términos clave de mayor coocurrencia (apariciones), entre ellas están el mercadeo social, marketing verde, marketing, Responsabilidad Social Corporativa e innovación. En cuanto a países con mayor producción científica y red de colaboración se destacan India y Estados Unidos. Se concluye que gran parte del logro de las metas propuestas en cada objetivo de desarrollo sostenible se puede cumplir con la ayuda de diferentes estrategias de marketing.

Palabras clave

Economía verde, marketing, educación para el desarrollo sostenible, gestión ambiental, conservación de recursos.