

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°:

467

INVESTIGACIÓN FORMATIVA

NOMBRE DEL TEMA:

“MARKETING ECOLÓGICO PARA UNA UNIVERSIDAD SOSTENIBLE”

INTEGRANTES:

VALERIA TORREZ GUZMAN

ADRIANA QUISPE TICONA

DOCENTE GUÍA:

MSC. ROSA LÍA ARANDIA O.

ORGANIZA:



APOYAN:



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA

“GABRIEL RENÉ MORENO”

Facultad de Ciencias Contables, Auditoría,

Sistemas de Control de Gestión y Finanzas

CONTADURÍA PÚBLICA



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“MARKETING ECOLÓGICO, PARA UNA UNIVERSIDAD SOSTENIBLE”

Estudiantes:

- Valeria Torrez Guzmán
- Adriana Quispe Ticona

Docente – Materia:

- Msc. Rosa Lía Arandia O.

Santa Cruz de la Sierra, 12 de junio de 2026

2. DEDICATORIA

Con mucho cariño y respeto dedicamos este trabajo:

A Dios, por iluminar nuestro camino, darnos fortaleza y permitirnos adquirir nuevos conocimientos para nuestro crecimiento personal y profesional.

A nuestras familias, por ser nuestro principal pilar, por brindarnos su apoyo económico y moral, por su paciencia y por alentarnos siempre a superarnos.

A nuestros docentes, por transmitirnos sus conocimientos y por su disposición al guiarnos en este proceso del trabajo, contribuyendo al crecimiento personal.

Y a nuestros compañeros de grupo, por el compromiso, la responsabilidad y el trabajo en equipo que hicieron realidad esta investigación sobre marketing ecológico para una universidad sostenible, para poder ayudar al mundo a no contaminarlo, ¡sino poder vivir mejor!

El verdadero cambio comienza con decisiones simples, pero constantes, que hoy pueden marcar la diferencia para las futuras generaciones.

3. AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a:

La Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, institución que nos abre las puertas al conocimiento; a la Facultad de Ciencias Contables, Auditoría, Sistema de Control de Gestión y Finanzas y al Instituto de Investigación Científica, Contable y Financiera “IICCAF”, por proporcionarnos las herramientas académicas y el espacio necesario para desarrollar este proyecto.

A la Lic. Rosa Lía Arandia por sus enseñanzas, que han contribuido no solo a mi formación académica, sino a nuestro crecimiento personal, gracias por inculcar principios y valores que contribuyen a formar profesionales íntegros y comprometidos con la sociedad.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que, directa o indirectamente, nos brindaron su ayuda, consejo o motivación durante la realización de este trabajo.

4. RESUMEN EJECUTIVO

- El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar una propuesta de marketing ecológico para la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), específicamente en la Facultad de Ciencias Contables, con el fin de promover prácticas sostenibles, optimizar el uso de recursos y fortalecer la imagen institucional.
- A través del análisis realizado, se identificaron problemáticas como el uso excesivo de papel, el alto consumo de energía y la falta de campañas de concientización ambiental. En base a estos hallazgos, se plantearon estrategias de marketing ecológico enfocadas en la digitalización de procesos, implementación de campañas ambientales y mejora en la gestión de recursos.
- Asimismo, el proyecto se fundamenta en normativas vigentes como la Ley N° 1333 de Medio Ambiente, la Ley N° 300 de la Madre Tierra y la norma ISO 14001, garantizando su alineación con estándares de sostenibilidad.
- la implementación del marketing ecológico en la universidad no solo contribuye a la protección del medio ambiente, sino que también mejora la eficiencia institucional y fomenta una cultura responsable en la comunidad universitaria.
- Asimismo, el proyecto propone la participación activa de los estudiantes mediante campañas de sensibilización ambiental, fomentando una cultura ecológica dentro de la universidad.
- De igual manera, se destaca la importancia de integrar herramientas tecnológicas como plataformas digitales, las cuales permiten reducir el uso de recursos físicos y mejorar la eficiencia administrativa.
- Además, el proyecto promueve la optimización en la gestión de recursos institucionales, permitiendo una mejor planificación y control desde el enfoque contable.
- Por otra parte, se destaca la importancia de generar una cultura organizacional basada en la responsabilidad ambiental, involucrando a toda la comunidad universitaria, Finalmente, este proyecto busca sentar las bases para futuras iniciativas ecológicas, consolidando a la universidad como una institución comprometida con el desarrollo sostenible.

ÍNDICE

5. INTRODUCCIÓN	9
6. JUSTIFICACION	10
7.1 IDENTIFICACION DE LA IDEA.....	11
7.1.1 NOMBRE DE LA INVESTIGACION	12
7.1.2 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.....	13
7.1.3 ORIGEN DE LA IDEA.....	13
7.1.4 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	13
7.1.5 PROBLEMA DETECTADO.....	13
7.2 PROPUESTA DE VALOR.....	14
7.3 MERCADO OBJETIVO.....	14
7.3.1 PERSONAS POTENCIALES	15
8. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
8.1 OBJETIVOS GENERAL.....	15
8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
8.3 VIABILIDAD DEL PROYECTO	16
8.3.1 VIABILIDAD TÉCNICA.....	16
8.3.2 VIABILIDAD ECONÓMICA.....	16
8.3.3 RECURSOS BÁSICOS REQUERIDOS.....	17
8.4 HALLAZGO 1: FALTA DE CAMPAÑAS ECOLÓGICAS.....	17
8.5 HALLAZGO 2: ALTO CONSUMO DE ENERGÍA	17
8.6 HALLAZGO 3: CONTAMINACIÓN	18
8.7 HALLAZGO 4: DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS	18
8.8 HALLAZGO 5: CAMPAÑAS DE MARKETING ECOLÓGICO ...	18.
8.9 HALLAZGO 6: CAPACITACIÓN AMBIENTAL	18
8.10 HALLAZGO 7: USO EFICIENTE DE RECURSOS	18
9. MARCO JURÍDICO Y LEGAL	19

9.1 IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
10. MISIÓN	20
11. VISIÓN	20
11.1 CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	21
11.1.1 CONCLUSIÓN	21
11.1.2 RECOMENDACIONES.....	21
12. REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA	24
13. ANEXOS	25
13.1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS	26
13.2 GRÁFICOS Y ANÁLISIS	26
13.3 FOTOGRAFÍAS DEL ENTORNO	26
13.4 FOTOGRAFÍAS INNOVADORAS	27
13.5 LOGO DE LA INVESTIGACIÓN ECOLÓGICA	27

6. INTRODUCCION

En la actualidad, la problemática ambiental se ha convertido en uno de los desafíos más importantes a nivel mundial, debido al impacto negativo generado por las actividades humanas sobre los recursos naturales. El cambio climático, la contaminación y el uso inadecuado de los recursos han generado la necesidad urgente de adoptar medidas sostenibles que permitan garantizar el bienestar de las futuras generaciones.

En este contexto, las instituciones educativas, especialmente las universidades, desempeñan un papel fundamental, no solo en la formación académica de profesionales, sino también en la creación de conciencia ambiental y responsabilidad social. Las universidades tienen la capacidad de influir directamente en el comportamiento de los estudiantes, promoviendo valores, actitudes y prácticas orientadas al cuidado del medio ambiente.

El marketing ecológico, también conocido como marketing verde, surge como una herramienta estratégica que permite integrar principios ambientales dentro de la gestión institucional. Este enfoque no solo busca reducir el impacto ambiental, sino también generar una cultura organizacional basada en la sostenibilidad, el uso eficiente de los recursos y la responsabilidad social. A través de campañas de concientización, digitalización de procesos y promoción de prácticas ecológicas, el marketing ecológico contribuye a mejorar la eficiencia institucional y fortalecer la imagen de las organizaciones.

En el ámbito universitario, la aplicación del marketing ecológico representa una oportunidad significativa para optimizar el uso de recursos como el papel, la energía eléctrica y otros insumos, los cuales suelen ser utilizados de manera excesiva. Asimismo, permite fomentar la participación activa de los estudiantes en iniciativas ambientales, generando un impacto positivo tanto a nivel institucional como social.

La Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), como una de las principales instituciones de educación superior en Bolivia, enfrenta el desafío de adaptarse a las nuevas exigencias del entorno global, incorporando prácticas sostenibles dentro de su gestión administrativa y académica. En particular, la Facultad de Ciencias Contables tiene la oportunidad de integrar el enfoque ambiental dentro de su formación profesional, especialmente desde el área

de contabilidad y auditoría, donde es posible evaluar, controlar y optimizar el uso de los recursos.

Desde el punto de vista contable, la sostenibilidad no solo implica una responsabilidad ambiental, sino también una oportunidad para mejorar la eficiencia económica. La reducción del consumo de recursos permite disminuir costos operativos, optimizar procesos y fortalecer los sistemas de control interno. Por su parte, desde el enfoque de auditoría, es posible identificar deficiencias en la gestión ambiental, evaluar el cumplimiento de normativas legales y proponer mejoras que contribuyan a una gestión más eficiente y responsable.

En este sentido, el presente trabajo tiene como propósito analizar la situación actual de la universidad en relación con el uso de recursos y las prácticas ambientales, identificando las principales deficiencias y oportunidades de mejora. Asimismo, se propone el diseño de estrategias de marketing ecológico orientadas a la reducción del impacto ambiental, la optimización de recursos y el fortalecimiento de la cultura ecológica dentro de la comunidad universitaria.

De igual manera, esta investigación busca demostrar que la implementación de estrategias sostenibles no requiere necesariamente grandes inversiones, sino que puede lograrse mediante acciones simples pero estratégicas, como la digitalización de procesos, la capacitación ambiental y la promoción de campañas ecológicas.

7. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica por la creciente necesidad de promover prácticas sostenibles dentro de las instituciones educativas, especialmente en el contexto universitario, donde se forman los futuros profesionales responsables del desarrollo económico y social del país. En la actualidad, el uso inadecuado de los recursos naturales y materiales, como el papel y la energía eléctrica, ha generado un impacto negativo tanto en el medio ambiente como en la economía de las organizaciones. En el caso de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, se ha evidenciado un consumo elevado de estos recursos, lo cual refleja la necesidad de implementar estrategias que permitan mejorar su gestión.

Desde el enfoque contable, este proyecto cobra gran relevancia, ya que permite analizar y controlar el uso de los recursos institucionales, contribuyendo a la reducción de costos

operativos. La disminución del consumo de papel, energía y otros insumos representa un beneficio económico directo, lo que demuestra que la sostenibilidad no solo es una responsabilidad ambiental, sino también una estrategia financiera eficiente.

Asimismo, desde el área de auditoría, la implementación de un enfoque ecológico permite identificar deficiencias en los procesos, evaluar el cumplimiento de normativas ambientales y proponer mejoras que optimicen la gestión institucional. Esto fortalece los sistemas de control interno y contribuye a una administración más eficiente y transparente.

Por otra parte, el marketing ecológico se presenta como una herramienta clave para generar conciencia ambiental dentro de la comunidad universitaria. A través de campañas, capacitaciones y el uso de tecnologías digitales, es posible fomentar hábitos responsables en estudiantes, docentes y personal administrativo, promoviendo una cultura organizacional basada en la sostenibilidad.

Además, este proyecto se alinea con normativas vigentes como la Ley N° 1333 de Medio Ambiente y la Ley N° 300 de la Madre Tierra, las cuales establecen la importancia de proteger el entorno natural y promover el desarrollo sostenible en Bolivia. De esta manera, la propuesta no solo responde a una necesidad institucional, sino también a un compromiso legal y social.

Otro aspecto importante que justifica esta investigación es su impacto en la formación profesional. Como estudiante de Contaduría Pública, el desarrollo de este proyecto permite integrar conocimientos teóricos con la práctica, aplicando herramientas de análisis, control y gestión en un contexto real. Esto contribuye al fortalecimiento de competencias profesionales orientadas a la toma de decisiones responsables y sostenibles.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque propone una solución viable, innovadora y de bajo costo, capaz de generar beneficios ambientales, económicos y sociales. De esta manera, no solo se busca cumplir con un requisito académico, sino también aportar al desarrollo de una universidad más eficiente, consciente y comprometida con su entorno.

7.1 IDENTIFICACION DE LA IDEA

7.1.1. NOMBRE DE LA INVESTIGACION

“MARKETING ECOLÓGICO PARA UNA UNIVERSIDAD SOSTENIBLE”

7.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA

- El presente proyecto consiste en el diseño e implementación de estrategias de marketing ecológico dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, específicamente en la Facultad de Ciencias Contables, con el objetivo de promover prácticas sostenibles, reducir el impacto ambiental y optimizar el uso de los recursos institucionales.
- La idea se enfoca en la aplicación de herramientas como la digitalización de procesos, campañas de concienciación ambiental, reducción del uso de papel y el uso eficiente de la energía eléctrica. Estas estrategias buscan no solo mejorar la gestión interna de la universidad, sino también fomentar una cultura ambiental responsable entre los estudiantes, docentes y personal administrativo.
- Asimismo, el proyecto integra el enfoque contable y de auditoría, permitiendo evaluar los costos, beneficios y el impacto de las acciones ecológicas implementadas, garantizando una gestión eficiente y sostenible.

7.1.3. ORIGEN DE LA IDEA

La idea nace de la combinación de varios factores:

Se basa en una experiencia personal dentro del entorno universitario, la cual permitió identificar diversas situaciones relacionadas con el uso ineficiente de los recursos y la falta de prácticas sostenibles. A continuación, se detallan los principales aspectos que dieron origen a esta investigación:

Durante las actividades académicas, se observó el uso excesivo de papel en tareas, trabajos y trámites administrativos, lo cual generaba desperdicio innecesario de recursos.

1. Se evidenció que muchos estudiantes imprimen documentos que podrían ser enviados o revisados de manera digital, lo que incrementa costos tanto para los estudiantes como para la institución.
2. Se identificó un alto consumo de energía eléctrica en aulas y oficinas, debido al uso continuo de equipos electrónicos sin una adecuada gestión.

3. Se notó la ausencia de campañas o iniciativas ecológicas que promuevan la conciencia ambiental dentro de la universidad.
4. Finalmente, surgió la inquietud personal de contribuir con una propuesta que no solo reduzca el impacto ambiental, sino que también mejore la eficiencia en el uso de recursos desde el enfoque contable y de auditoría.

7.1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

7.1.5 PROBLEMA DETECTADO

A partir de la observación del entorno universitario y la experiencia académica, se identificaron diversas problemáticas relacionadas con la gestión ineficiente de los recursos y la falta de prácticas sostenibles dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. Entre los principales problemas se destacan:

1. Uso excesivo de papel: Se evidenció que tanto estudiantes como administrativos hacen un uso elevado de papel en tareas, exámenes, formularios y trámites, lo cual genera un gasto innecesario y un impacto ambiental negativo.
2. Alto consumo de energía eléctrica: Se observó el uso continuo de luces, computadoras y otros equipos electrónicos sin control adecuado, lo que incrementa los costos operativos y el consumo energético.
3. Falta de cultura ambiental: Existe un bajo nivel de concienciación ecológica en la comunidad universitaria, lo que se refleja en prácticas poco responsables con el medio ambiente.
4. Ausencia de estrategias ecológicas estructuradas: Las acciones ambientales que existen son aisladas y no forman parte de un plan organizado que permita generar un impacto significativo.
5. Deficiente uso de herramientas digitales: A pesar de contar con tecnología disponible, no se aprovecha adecuadamente para reducir el uso de recursos físicos como el papel.
6. Alianza con la carrera de ingeniería ambiental para que vayan de la mano para poder ayudar al ambiente ecológico para un bienestar mejor para todos.

7.2. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor del presente proyecto se centra en la implementación de estrategias de marketing ecológico dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, con el propósito de transformar la gestión institucional en un modelo más eficiente, sostenible y responsable con el medio ambiente.

A diferencia de las prácticas actuales, que son aisladas y poco estructuradas, este proyecto propone un enfoque integral que combina herramientas tecnológicas, concienciación ambiental y control de recursos desde una perspectiva contable y de auditoría.

El valor principal de esta propuesta radica en los siguientes aspectos:

- **Reducción de costos operativos:** mediante la disminución del uso de papel y el consumo de energía eléctrica.
- **Optimización de recursos:** a través de la digitalización de procesos administrativos y académicos.
- **Conciencia ambiental:** fomentando una cultura ecológica en estudiantes, docentes y personal administrativo.
- **Mejora de la imagen institucional:** posicionando a la universidad como una institución comprometida con la sostenibilidad.
- **Aplicación del enfoque contable:** permitiendo medir, controlar y evaluar el impacto económico y ambiental de las estrategias implementadas.

En este sentido, la propuesta no solo busca generar beneficios ambientales, sino también económicos y sociales, demostrando que la sostenibilidad puede ser una herramienta estratégica para mejorar la gestión institucional.

Finalmente, este proyecto aporta una solución innovadora y viable que puede ser aplicada en el entorno universitario, contribuyendo al desarrollo de una universidad más moderna, eficiente y alineada con las exigencias actuales.

7.3 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo del presente proyecto está conformado por la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, especialmente dentro de la Facultad de

Ciencias Contables, donde se busca implementar estrategias de marketing ecológico que promuevan prácticas sostenibles.

Este mercado incluye a los siguientes grupos:

7.3.1 PERSONAS POTENCIAL

Los principales beneficiarios del proyecto son:

Estudiantes: quienes participan activamente en las actividades académicas y generan un alto consumo de recursos como papel y energía.

Docentes: responsables de la enseñanza y de promover prácticas sostenibles dentro del aula.

Personal administrativo: encargado de los procesos internos, donde se utiliza gran cantidad de recursos físicos.

Todos ellos forman parte fundamental en la implementación y éxito del proyecto, ya que su participación es clave para generar cambios reales dentro de la institución.

En este sentido, el proyecto busca satisfacer estas necesidades mediante la implementación de estrategias ecológicas que no solo benefician al medio ambiente, sino también a la comunidad universitaria en general.

8. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

8.1 OBJETIVO GENERAL

- ✓ Desarrollar una propuesta de solución basada en la aplicación de estrategias de marketing ecológico, sustentada en un enfoque contable y de auditoría, que permita optimizar el uso de los recursos, reducir el impacto ambiental y mejorar la gestión institucional dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

8.2 OBEJTIVO ESPECIFICOS

- ✓ Identificar las principales deficiencias en el uso de recursos dentro de la universidad, especialmente en el consumo de papel, energía eléctrica y otros insumos.
- ✓ Analizar las prácticas actuales relacionadas con el cuidado del medio ambiente, evaluando su nivel de efectividad y su impacto en la comunidad universitaria.

- ✓ Diseñar estrategias de marketing ecológico orientadas a la reducción del impacto ambiental y la optimización de los recursos institucionales.
- ✓ Promover la concienciación ambiental en estudiantes, docentes y personal administrativo mediante campañas educativas y actividades sostenibles.
- ✓ Implementar el uso de herramientas tecnológicas como alternativa para disminuir el uso de recursos físicos, fomentando la digitalización de procesos académicos y administrativos.
- ✓ Evaluar el impacto económico de las estrategias propuestas, considerando la reducción de costos operativos y la eficiencia en la gestión institucional.
- ✓ Aplicar un enfoque de auditoría ambiental que permita identificar, controlar y mejorar continuamente las prácticas sostenibles dentro de la universidad.
- ✓ Proponer mejoras que contribuyan al fortalecimiento de la imagen institucional, posicionando a la universidad como una entidad comprometida con la sostenibilidad

Estos objetivos permiten orientar el desarrollo del proyecto de manera estructurada, asegurando que las acciones propuestas generen resultados tanto a nivel ambiental como económico y social.

8.3 VIABILIDAD DEL PROYECTO

El presente proyecto es viable desde diferentes perspectivas, ya que su implementación no requiere grandes inversiones y puede generar beneficios significativos tanto económicos como ambientales dentro de la universidad

8.3.1 VIABILIDAD TÉCNICA

El proyecto es técnicamente viable debido a que la universidad cuenta con los recursos tecnológicos necesarios, como computadoras, acceso a internet y plataformas digitales, los cuales pueden ser utilizados para implementar estrategias de marketing ecológico.

Además, las acciones propuestas, como la digitalización de procesos y campañas de concienciación, son fáciles de aplicar y no requieren infraestructura compleja.

8.3.2 VIABILIDAD ECONÓMICA

Desde el punto de vista económico, el proyecto requiere una inversión inicial moderada destinada a capacitación, herramientas digitales y campañas ecológicas.

Sin embargo, esta inversión puede recuperarse en el corto plazo mediante el ahorro en recursos como papel, energía eléctrica y materiales administrativos, lo que demuestra que el proyecto es rentable y sostenible.

8.3.3 RECURSOS BASICOS REQUERIDOS

Para la implementación del proyecto se requieren los siguientes recursos:

Recursos tecnológicos (computadoras, plataformas digitales)

Recursos humanos (docentes, estudiantes y personal administrativo)

Recursos económicos (presupuesto para campañas y capacitación)

Material ecológico (señalización, afiches informativos)

En conclusión, el proyecto es viable, ya que cuenta con las condiciones necesarias para su ejecución y presenta beneficios que superan la inversión inicial.

8.4 HALLAZGO 1: FALTAS DE CAMPAÑAS ECOLOGICAS

Descripción: Actualmente en la universidad no existen campañas continuas, visibles y estructuradas que promuevan el cuidado ambiental. Las acciones que se realizan son aisladas, esporádicas y no llegan a toda la comunidad universitaria.

Consecuencia: Se mantienen hábitos de consumo excesivo, mala separación de residuos y poco sentido de responsabilidad ambiental.

8.5 HALLAZGO 2: ALTO CONSUMO DE ENERGÍA

Descripción: Se identifica un uso elevado de electricidad en aulas, oficinas y áreas comunes: iluminación encendida sin necesidad, equipos conectados todo el día y uso de tecnología antigua de bajo rendimiento.

Consecuencia: Genera gastos innecesarios en el presupuesto de la universidad y aumenta la huella de carbono de la institución.

Relación con el proyecto: Las estrategias de eficiencia permiten reducir costos y cumplir con normativas de ahorro energético

8.6 HALLAZGO 3: CONTAMINACIÓN

Descripción: No hay un sistema ordenado de separación y recolección de basura. Se acumulan residuos en pasillos y patios, con poca clasificación entre materiales reciclables, orgánicos y desechables.

Consecuencia: Deteriora la imagen del campus, genera malos olores, atrae plagas y no cumple con la Ley N° 1333 de Medio Ambiente.

Relación con el proyecto: El plan incluye infraestructura y señalización para lograr un campus limpio y ordenado.

8.7 HALLAZGO 4: DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

Descripción: Muchos trámites, comunicados y materiales de estudio siguen imprimiéndose en papel de forma masiva, sin aprovechar las plataformas digitales disponibles.

Consecuencia: Alto consumo de papel, mayores gastos de insumos y generación de residuos innecesarios.

Relación con el proyecto: Se promueve el uso de herramientas digitales como parte del marketing ecológico, reduciendo el uso de materiales físicos.

8.8 HALLAZGO 5: CAMPAÑAS DE MARKETING ECOLÓGICO

Descripción: La universidad no comunica de forma organizada sus acciones ambientales ni posiciona la sostenibilidad como un valor institucional. No hay mensajes uniformes ni canales definidos para este fin.

Consecuencia: La comunidad desconoce los avances y no se involucra en el cuidado del entorno.

Relación con el proyecto: Es el punto central que justifica tu trabajo: diseñar e implementar esas estrategias de difusión.

8.9 HALLAZGO 6: CAPACITACIÓN AMBIENTAL

Descripción: Estudiantes, docentes y personal administrativo no reciben formación continua sobre buenas prácticas, cuidado del medio ambiente o normativa vigente.

Consecuencia: Se mantienen hábitos poco sostenibles por desconocimiento, sin importar la infraestructura que se instale.

Relación con el proyecto: El plan incluye talleres y charlas para generar una cultura de respeto ambiental.

8.10 HALLAZGO 7: USO EFICIENTE DE RECURSOS

Descripción: Se observa consumo excesivo de agua, energía, papel y materiales de limpieza, sin controles ni metas de ahorro establecidas.

Consecuencia: Aumento de costos operativos y desperdicio de recursos que podrían administrarse mejor.

Relación con el proyecto: El marketing ecológico busca crear conciencia para reducir estos consumos y lograr ahorros a mediano plazo.

9. MARCO JURÍDICO Y LEGAL

El presente proyecto se fundamenta en un conjunto de normativas legales y principios que promueven la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible, aplicables al contexto universitario en Bolivia.

En primer lugar, se considera la Ley N° 1333 del Medio Ambiente, la cual establece las bases para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente, regulando el uso adecuado de los recursos naturales y promoviendo prácticas responsables en instituciones públicas y privadas.

Asimismo, se toma en cuenta la Ley N° 300 Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral para Vivir Bien, que tiene como objetivo garantizar el equilibrio entre el **desarrollo** económico y la protección del medio ambiente, promoviendo una gestión sostenible de los recursos naturales.

Por otro lado, se considera la aplicación de la Norma Internacional ISO 14001, la cual establece lineamientos para la implementación de sistemas de gestión ambiental, permitiendo a las organizaciones mejorar su desempeño ambiental mediante el uso eficiente de los recursos y la reducción de impactos negativos.

Además, el proyecto se relaciona con principios de responsabilidad social institucional, los cuales promueven la adopción de prácticas sostenibles dentro de las organizaciones, incluyendo universidades, con el fin de contribuir al bienestar social y ambiental.

En este sentido, el presente proyecto se encuentra alineado con las normativas vigentes, permitiendo su aplicación dentro del marco legal establecido y contribuyendo al cumplimiento de las disposiciones ambientales en el ámbito universitario.

9.1 IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto generará un impacto positivo en diferentes ámbitos dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

En el aspecto ambiental, contribuirá a la reducción del uso de papel y del consumo de energía eléctrica, disminuyendo así el impacto negativo sobre el medio ambiente.

En el ámbito económico, permitirá reducir costos operativos relacionados con materiales y recursos, optimizando la gestión institucional.

Desde el punto de vista social, fomentará una cultura ambiental responsable en estudiantes, docentes y personal administrativo, promoviendo valores de sostenibilidad.

Finalmente, a nivel institucional, mejorará la imagen de la universidad, posicionándola como una entidad comprometida con el desarrollo sostenible.

10. MISIÓN

Promover la implementación de estrategias de marketing ecológico dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, orientadas a la optimización del uso de los recursos, la reducción del impacto ambiental y el fortalecimiento de una cultura sostenible en la comunidad universitaria.

Asimismo, busca integrar el enfoque contable y de auditoría en la gestión institucional, permitiendo evaluar, controlar y mejorar continuamente los procesos relacionados con el uso de recursos, garantizando eficiencia, responsabilidad y sostenibilidad en el desarrollo de las actividades académicas y administrativas.

10.1 VISIÓN

Ser una universidad referente a nivel local y nacional en la aplicación de prácticas sostenibles, destacándose por su compromiso con el cuidado del medio ambiente, la innovación en la gestión de recursos y la formación de profesionales con conciencia ambiental.

Además, se proyecta consolidarse como una institución que integra la sostenibilidad dentro de su modelo educativo y administrativo, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más responsable, eficiente y comprometida con el desarrollo sostenible.

11. CONCLUSIÓN

A partir del desarrollo del presente proyecto, se concluye que la implementación de estrategias de marketing ecológico dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno representa una alternativa viable y efectiva para mejorar la gestión de los recursos y reducir el impacto ambiental. En primer lugar, se evidenció que existe un uso ineficiente de recursos como el papel y la energía eléctrica, lo cual genera costos innecesarios y afecta negativamente al medio ambiente. Esta situación demuestra la necesidad de aplicar medidas correctivas orientadas a la sostenibilidad.

En segundo lugar, se determinó que las prácticas actuales relacionadas con el cuidado ambiental son limitadas y no forman parte de una estrategia estructurada, lo que reduce su efectividad y su impacto dentro de la comunidad universitaria.

Asimismo, se concluye que la aplicación del marketing ecológico, combinada con un enfoque contable y de auditoría, permite no solo generar conciencia ambiental, sino también optimizar los recursos y mejorar la eficiencia institucional.

Por otro lado, se comprobó que la implementación de herramientas digitales constituye una solución clave para reducir el uso de papel y modernizar los procesos académicos y administrativos.

Finalmente, el proyecto demuestra que la sostenibilidad no debe ser vista como un gasto, sino como una inversión estratégica que genera beneficios económicos, ambientales y sociales,

contribuyendo al desarrollo de una universidad más eficiente, responsable y comprometida con su entorno.

11.1 RECOMEDACIÓN

Se recomienda implementar estrategias de marketing ecológico que permitan reducir el uso de papel y fomentar la digitalización de los procesos dentro de la universidad.

Asimismo, es importante promover la concienciación ambiental mediante campañas dirigidas a estudiantes, docentes y personal administrativo.

Se sugiere realizar auditorías ambientales periódicas para evaluar el uso de los recursos y mejorar la gestión institucional.

Finalmente, se recomienda adoptar medidas de ahorro energético y fortalecer el compromiso de la universidad con la sostenibilidad a largo plazo.

12. BIBLIOGRAFÍA

NORMATIVA LEGAL BOLIVIANA

1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (2009)
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_bol_const.pdf
2. Ley N° 1333 – Ley del Medio Ambiente (1992)
<https://www.mmaya.gob.bo/wp-content/uploads/2021/08/Ley-1333-Medio-Ambiente.pdf>
3. Ley N° 300 – Ley Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral para Vivir Bien (2012)
<https://www.mmaya.gob.bo/wp-content/uploads/2021/08/Ley-300-Madre-Tierra.pdf>
4. Ley N° 070 – Ley de Educación “Avelino Siñani – Elizardo Pérez” (2010)
https://www.minedu.gob.bo/archivos/Ley_070_Educacion.pdf
5. Ley N° 3525 – Ley de Producción Ecológica y Control de Alimentos (2006)
<https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC065107/>
6. Decreto Supremo N° 26376 – Reglamento de Gestión Ambiental (2001)
<https://www.mmaya.gob.bo/normativa/decreto-supremo-n-26376/>



FUENTES ACADÉMICAS Y TÉCNICAS

Para Hallazgo 1: Falta de campañas ecológicas

- UNESCO. (2021). Educación para el desarrollo sostenible: Hoja de ruta 2030

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379931>

-Amurrio, M. (2023). Comunicación y sostenibilidad en universidades bolivianas

https://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332023000100003

Para Hallazgo 2: Alto consumo de energía

- MMAyA. (2022). Guía de eficiencia energética para instituciones educativas

<https://www.mmaya.gob.bo/wp-content/uploads/2022/05/Guia-Eficiencia-Energetica.pdf>

- OLADE. (2021). Manual de buenas prácticas energéticas en edificios educativos

<https://www.olade.org/wp-content/uploads/2021/03/Manual-Eficiencia-Energetica-Educacion.pdf>

Para Hallazgo 3: Contaminación y gestión de residuos

- MMAyA. (2018). Norma Técnica para Gestión Integral de Residuos Sólidos

<https://www.mmaya.gob.bo/wp-content/uploads/2019/02/Norma-Tecnica-Residuos-Solidos.pdf>

- Red de Universidades Sostenibles LAC. (2023). Guía de manejo de residuos en campus

<https://reduniversidadessostenibles.org/publicaciones/guia-residuos-solidos/>

Para Hallazgo 4: Digitalización de procesos

- Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. (2024). Plan de Transformación Digital

<https://www.uagrm.edu.bo/documentos/plan-transformacion-digital-2024.pdf>

- Kotler, P. et al. (2021). Marketing 5.0

https://www.elibro.es/libro/marketing-5-0_9788417968702

Para Hallazgo 5: Marketing ecológico

- Peattie, K., & Crane, A. (2016). Marketing verde: Teoría y práctica

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=687512>

Duque, M. (2022). Estrategias de mercadeo sostenible

https://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-46392022000100003

13. ANEXO

1. BAÑOS UNIVERSITARIOS MODERNOS Y SOSTENIBLES

1. DISPENSADORES DE PAPEL

- ✓ Instalación de dispensadores de papel higiénico en pared
- ✓ Control del uso (evita desperdicio) Más higiene y orden

Se propone implementar dispensadores de papel higiénico para mejorar la higiene y optimizar el consumo de recursos.”

2. DISPENSADOR DE TOALLAS FEMENINAS

- ✓ Máquina gratuita o de bajo costo, Apoyo a estudiantes, Imagen inclusiva y moderna.

3. AHORRO DE AGUA

- ✓ Llaves automáticas o de presión.
- ✓ Carteles: “Cierra el grifo” Uso

4. MEJORA DE LIMPIEZA

- ✓ Horarios de limpieza visibles
- ✓ Supervisión constante
- ✓ Personal responsable

5. SEÑALIZACIÓN ECOLÓGICA

“Cuida el agua”

“Mantén limpio este espacio”

“El cambio empieza contigo”

7. ILUMINACIÓN ADECUADA

Luz blanca LED

Ahorro energético

PROPUESTA ECOLÓGICA ¿Qué consiste?

Implementar puntos de reciclaje dentro de la facultad, con basureros diferenciados:

1  Papel

 Plástico

 Orgánico

 Residuos generales

Reduce la contaminación

Fomenta hábitos ecológicos

Mejora la imagen de la universidad

Puede generar ingresos (venta de reciclaje

- ✓ Crear campañas como:

“Recicla y gana”

Concursos entre cursos

Incentivos ecológicos



UN AMBIENTE PARA UNIVERSITARIOS, DOCENTES Y PERSONAS COMO UNIVERSIDAD PUBLICA DEBEMOS MOSTRAR MAS DISCIPLINA EN CUIDAR NUESTRA INTITUCIÓN DE ESTUDIO (U.A.G.R.M)



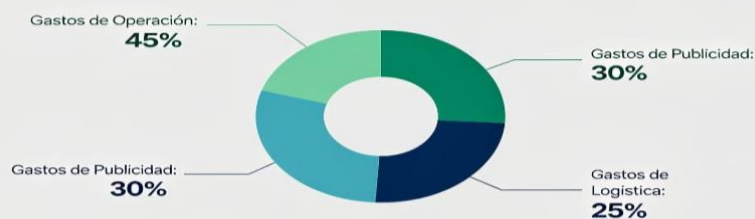
CON UN AMBIENTE LIMPIO PODEMOS OBTENER MAS POSIBIILDAD DE PODER DAR A LOS ESTUDIANTES UNA MEJOR CONDICION, PARA Q ELLOS SE CAPACITEN MEJOR Y HACI ELEVAR LA CALIDAD DE APRENDIZAJE Y DE LA INSTITUCION COMO LO ES LA NUESTRA, SOLO HACI PODEMOS TENER UNA UNIVERSIDAD SOSTENIBLE, LIMPIA Y CON UNA MEJOR CALIDAD

Panel de Control Contable - Proyecto de Marketing Ecológico UAGRM

Resumare of Internicos
Costos Totales: 30.800 Bs.

Inversión Neta: 13.100 Bs.

Resumare din Internicos
Ahorros e Ingresos: 17.700 Bs.



Profesionalista Intersurta Gastos de Logística: 25%



ORGANIZACIONES EN GRIPOS DE ESTUDIANTES HACE LA MAYORIA MAS EFICIENTE DE CONOCER MAS SOBRE EL CUIDADO DE DONDE ESTAMOS, NO SOLO HACI COMO EN UNA UNIVERSIDAD FISCAL QUE HABRE LA PUERTA A TODOS SIN EXEPCIÓN DE EDAD NI NADA.



VALORAMOS LA CALIDAD DEL AMBIENTE CON UN CAMPUS ADECUADO PARA TODOS TANTO DOCENTES Y ESTUDIANTES CON AMBIENTE VERDE Y LIMPIO CAUSANDO, MEJOR LUGAR.

“EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE NO ES UNA OPCION, SINO UNA RESPONSABILIDAD QUE EMPIEZA EN NUESTRA ACCION DIARIA”

