

## La sustentabilidad presente en los proyectos integradores en el área de negocios

Fecha de recepción: agosto 2023  
 Fecha de aceptación: octubre 2023  
 Versión final: diciembre 2023

Martin Traina<sup>(\*)</sup>

**Resumen:** El proyecto integrador de la materia que dicto, Comercialización 1, es realizar un plan de marketing a partir de la elección de un emprendimiento. En el desarrollo de este proyecto se observa la creciente tendencia de considerar emprendimientos y negocios que pregonan como valor básico, la sustentabilidad y conciencia ambiental. La sustentabilidad y conciencia ambiental han ganado un lugar destacado en la mente de los jóvenes de hoy en día. A medida que las preocupaciones sobre el cambio climático y la sostenibilidad se vuelven más urgentes, los jóvenes están cada vez más motivados a pensar en negocios que no solo sean rentables, sino también responsables con el planeta.

Vemos cómo la conciencia ambiental influye en sus decisiones, lo que prefieren, en qué piensan y qué los motiva. Esto aplica cuando piensan en su proyecto integrador en materias del área de negocios.

Podemos decir entonces que la sustentabilidad y conciencia ambiental están claramente presentes en la mente de los jóvenes de hoy. Sus preferencias, motivaciones y pensamientos reflejan un compromiso profundo con la sostenibilidad y una visión de negocios que va más allá de las ganancias económicas.

**Palabras clave:** Sustentabilidad - negocios - Ambiente - Comercialización - marketing

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 296]

### El impacto de los valores presentes en los jóvenes al elaborar su proyecto integrador consistente en un plan de marketing para un emprendimiento

En este momento dicto la materia Comercialización 1 dentro del área de negocios de la facultad. Comercialización 1 desarrolla los conceptos básicos e introductorios a la disciplina del marketing y plasma su pretensión de cursada con la elaboración de un plan de marketing. A partir de la elección de una idea de negocio que se transforma en la planificación de un emprendimiento se aplican los conocimientos aprendidos en cuatro etapas que van desde la definición de la oportunidad de negocios, la definición del marco estratégico, la definición de las variables operativas a gestionar y la elaboración entonces de un plan concreto de marketing.

Hay un desarrollo teórico intelectual en el análisis de una oportunidad de negocio y otro práctico, de aplicación de los contenidos en la elaboración de un plan que propone generar valor al emprendimiento y a sus consumidores. Para ello se elaboran acciones de marketing concretas para el emprendimiento que se elige desarrollar.

### La sustentabilidad presente en los proyectos integradores

El Proyecto Integrador es una excelente herramienta para generar una producción áulica que visibilice el aprendizaje de conocimientos y habilidades incorporados en la materia.

Esa producción es evaluada en un proceso dinámico que interpreta la construcción del proyecto en varios momentos. Uno a mitad de término de la cursada, otro al final y por último al momento del examen final.

Como mencioné anteriormente, el proyecto integrador de la materia que dicto es a partir de la elección de un emprendimiento realizar un plan de marketing. En el

desarrollo de este proyecto se observa la creciente tendencia de considerar emprendimientos y negocios que pregonan como valor básico, la sustentabilidad y conciencia ambiental.

Los jóvenes prefieren negocios que integren prácticas sostenibles desde el principio. Esto incluye el uso de materiales reciclados, la implementación de procesos de producción ecológicos y la reducción de la huella de carbono. Además, muchos optan por modelos de negocio que promuevan la economía circular, donde los productos y materiales se reutilizan y reciclan en lugar de desecharse.

Sus motivaciones para adoptar prácticas sostenibles son variadas. En primer lugar, existe una fuerte conciencia social y un deseo de contribuir positivamente al mundo. Muchos jóvenes sienten una responsabilidad personal de abordar los problemas ambientales y ven los negocios como una forma de hacerlo. Además, hay un reconocimiento creciente de que los consumidores también valoran la sostenibilidad, lo que puede traducirse en una ventaja competitiva en el mercado.

Al considerar cómo integrar la sostenibilidad en los negocios, los jóvenes emprendedores piensan en varios factores. La viabilidad económica es crucial; buscan maneras de ser sostenibles sin comprometer la rentabilidad. También consideran la innovación, buscando nuevas tecnologías y métodos que puedan hacer sus operaciones más ecológicas. La colaboración es otro aspecto importante, ya que muchos jóvenes buscan asociarse con otras empresas y organizaciones que compartan sus valores ambientales.

Existen en nuestros días, numerosos ejemplos de jóvenes emprendedores, profesionales, influencers, entre otros que han logrado integrar la sostenibilidad en sus negocios. Por ejemplo, empresas de moda que utilizan

telas recicladas y procesos de producción éticos, o startups tecnológicas que desarrollan soluciones para reducir el desperdicio de alimentos. Estos ejemplos no solo demuestran la viabilidad de los negocios sostenibles, sino que también inspiran a otros jóvenes a seguir el mismo camino.

A pesar de las motivaciones y el entusiasmo, los jóvenes emprendedores enfrentan desafíos significativos al intentar ser sostenibles. Los costos iniciales pueden ser más altos y puede haber una falta de infraestructura o apoyo para prácticas ecológicas. Sin embargo, estos desafíos también presentan oportunidades para la innovación y el crecimiento. Al superar estos obstáculos pueden pensar en establecer negocios que no solo sean exitosos, sino también modelos a seguir en la industria. Este desafío se incorpora y analiza en la evaluación de los proyectos integradores.

Se ve entonces que la conciencia ambiental está profundamente arraigada en los jóvenes de hoy. Sus preferencias y motivaciones están impulsadas por un deseo genuino de hacer del mundo un lugar mejor. Al aplicar estas ideas a la elaboración de un plan de marketing, no solo pueden atraer a clientes que comparten sus valores, sino también contribuir de manera significativa a la sostenibilidad global. Creen que la combinación de prácticas empresariales responsables y estrategias de marketing efectivas puede llevar a un éxito duradero y a un impacto positivo en el medio ambiente.

En sus proyectos incorporan sus valores tales como la sostenibilidad, la transparencia, la innovación y la responsabilidad social. Los jóvenes tienden a preferir productos y servicios que sean sostenibles. Esto incluye el uso de materiales reciclados, la reducción de residuos y la implementación de procesos de producción ecológicos. La sostenibilidad no es solo una tendencia, sino una necesidad para muchos de ellos.

Para muchos de ellos la transparencia en las prácticas empresariales es crucial. Valoran la honestidad y la claridad sobre el origen de los productos, las condiciones laborales y el impacto ambiental. Quieren saber que están apoyando negocios que comparten sus valores.

La innovación es una gran motivación para los jóvenes. Buscan nuevas formas de hacer las cosas mejor y de manera más eficiente. Esto incluye la adopción de tecnologías verdes y la búsqueda de soluciones creativas a problemas ambientales.

Más allá del impacto ambiental, los jóvenes también están motivados por la responsabilidad social. Quieren que sus negocios contribuyan positivamente a la sociedad, ya sea a través de prácticas justas, apoyo a comunidades locales o iniciativas de caridad.

Todos estos valores aparecen en el Plan de Marketing con propuestas. La conciencia ambiental y sustentabilidad no solo influye en la forma en que los jóvenes piensan en los negocios, sino también en cómo proponen gestionarlas.

Algunas formas en que estas ideas aparecen durante la elaboración del proyecto integrador del plan de marketing son:

- **Narrativa de Marca:** la historia de la marca debe reflejar los valores ambientales del negocio. Esto puede

incluir la historia de cómo se fundó la empresa, los desafíos ambientales que enfrenta y las soluciones sostenibles que ofrece. Una narrativa auténtica y convincente puede generar valor y atraer a clientes que comparten estos valores.

- **Certificaciones y Etiquetas:** las certificaciones ambientales y las etiquetas ecológicas son elegidas como una estrategia efectiva. Estas certificaciones no solo validan las prácticas sostenibles del negocio, sino que también sirven como una herramienta de marketing poderosa.

- **Contenido Educativo:** Crean contenido educativo sobre temas ambientales puede posicionar a la empresa como un líder de pensamiento en sostenibilidad. Esto puede incluir blogs, videos, infografías y publicaciones en redes sociales que informen y eduquen a los clientes sobre la importancia de la sostenibilidad.

- **Colaboraciones y Alianzas:** Piensan en la colaboración con otras empresas y organizaciones que compartan los mismos valores para amplificar el mensaje de sostenibilidad. Las alianzas estratégicas pueden ayudar a llegar a una audiencia más amplia y a fortalecer la credibilidad de la marca.

- **Eventos y Campañas:** Organizar eventos y campañas que promuevan la sostenibilidad para generar un gran impacto. Esto puede incluir desde campañas de reciclaje hasta eventos de limpieza comunitaria. Creen que estas actividades no solo demuestran el compromiso del emprendimiento con el medio ambiente, sino que también fomentan la participación de la comunidad.

- **Transparencia en la Comunicación:** Defienden la transparencia como un pilar en todas las comunicaciones de marketing. Esto incluye ser honesto sobre los logros y desafíos ambientales del negocio. Creen que la transparencia genera confianza y lealtad entre los clientes.

## Conclusiones

La sustentabilidad en los proyectos integradores en el área de negocios se ha convertido en una tendencia sostenida que refleja el pensamiento, los valores y elecciones de los jóvenes de nuestra facultad.

Al desarrollar estos proyectos buscan no solo la idea de generar beneficios económicos, sino también minimizar el impacto ambiental y promover el bienestar social.

Para ello proponen prácticas como la eficiencia energética, el uso de materiales reciclables, y la implementación de políticas de responsabilidad social corporativa. Además, fomentan la innovación sostenible, incentivando a las empresas a desarrollar productos y servicios que sean ecológicamente responsables. En sus proyectos integradores, creen que la sustentabilidad y la conciencia ambiental no solo mejora la competitividad de las empresas, sino que también contribuye a un futuro más sostenible y equitativo. Estará en sus manos sostener principios tan meritorios, generando rentabilidad y valor para los mercados en los que les toque desarrollarse profesionalmente.

---

**Abstract:** The integrative project for the course I teach, Marketing I, consists of developing a marketing plan based on the selection of an entrepreneurial venture. Throughout the development of this project, there is a growing trend of choosing

businesses that promote sustainability and environmental awareness as core values.

Sustainability and environmental awareness have gained a prominent place in the minds of today's youth. As concerns about climate change and sustainability become more pressing, young people are increasingly motivated to think about businesses that are not only profitable but also responsible toward the planet.

We can see how environmental awareness influences their decisions, preferences, thoughts, and motivations. This applies when they conceptualize their integrative projects in business-related subjects.

Therefore, we can say that sustainability and environmental awareness are clearly present in the minds of today's youth. Their preferences, motivations, and thinking reflect a deep commitment to sustainability and a business vision that goes beyond mere economic profit.

**Keywords:** Sustainability – Business – Environment – Marketing – Commercialization

**Resumo:** O projeto integrador da disciplina que ministro, Comercialização I, consiste em elaborar um plano de marketing a partir da escolha de um empreendimento. Durante o desenvolvimento desse projeto, observa-se uma tendência crescente de considerar negócios que promovem a sustentabilidade e a consciência ambiental como valores fundamentais.

A sustentabilidade e a consciência ambiental ganharam um espaço destacado na mente dos jovens de hoje. À medida que as preocupações com as mudanças climáticas e a sustentabilidade se tornam mais urgentes, os jovens estão cada vez mais motivados a pensar em negócios que não sejam apenas lucrativos, mas também responsáveis com o planeta.

Percebemos como a consciência ambiental influencia suas decisões, preferências, pensamentos e motivações. Isso se aplica quando elaboram seus projetos integradores nas disciplinas da área de negócios.

Podemos dizer, então, que a sustentabilidade e a consciência ambiental estão claramente presentes na mente dos jovens de hoje. Suas preferências, motivações e reflexões demonstram um compromisso profundo com a sustentabilidade e uma visão de negócios que vai além do lucro econômico.

**Palavras chave:** Sustentabilidade – Negócios – Meio Ambiente – Comercialização – Marketing

(\*) **Martin Traina**, Contador Público Nacional y Lic. en Administración Pública (UBA), docente en el Área Comunicación Corporativa + Empresaria en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) desde el año 2006.

---

## El uso pedagógico de la inteligencia artificial en el aula

Fecha de recepción: agosto 2023  
Fecha de aceptación: octubre 2023  
Versión final: diciembre 2023

Jimena Trombetta<sup>(\*)</sup>

**Resumen:** En el marco de la revolución tecnológica, y luego del período pandémico en Argentina, es necesario preguntarse alrededor del uso de la inteligencia artificial en el aula como herramienta de investigación. La presente reflexión se cuestiona alrededor de las pautas necesarias para abordar el uso de la IA y las posibles falencias que la misma puede generar al no constatar sus respuestas como materiales de investigación provenientes del campo académico. El uso del chat GPT, por ejemplo, puede generar respuestas pre-armadas a preguntas elaboradas por los estudiantes, que solo cumplan la función de afianzar el sentido común (Nun) e incluso enunciados falaces. Dar cuenta de esta cualidad de la herramienta es parte de la breve reflexión que llevaremos adelante.

Palabras Clave: Inteligencia Artificial - Chat GPT - Aula - Investigación - Campo Académico

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 303]

---