

## MARKETING VERDE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NO MERCADO INTERNACIONAL PARA AS EMPRESAS BRASILEIRAS

Alana de Oliveira Silveira<sup>1</sup>

Renata Granemann Bertoldi Platchek<sup>2</sup>

### Resumo

A gestão ambiental no universo empresarial começou nos anos 70, com o aumento da preocupação com o meio ambiente e a sua forma de uso. Foi nessa época que ocorreu o surgimento do Marketing Verde, termo utilizado para a inserção da sustentabilidade nas empresas, por meio de soluções para o desenvolvimento econômico unindo a preservação ambiental com a produção de bens e serviços. Por isso este trabalho tem como objetivo geral a verificação dos benefícios do Marketing Verde enquanto diferencial competitivo para as empresas brasileiras que atuam no mercado internacional. Através dos objetivos específicos foi possível apresentar os aspectos gerais da gestão ambiental, identificando as principais mudanças adotadas pelas empresas em seu composto mercadológico verde, sendo este uma ferramenta utilizada para criar e desenvolver os benefícios do Marketing Verde que designa as estratégias que deverão ser utilizadas para cada segmento – alvo do mercado. Além de relatar a implementação e a utilização do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) dentro das empresas citadas, pois cada uma busca o reconhecimento de suas ações ambientais com a aquisição de certificações ambientais. Para melhor compreender a ação do Marketing Verde nas empresas, este trabalho dentro da metodologia aplicada utilizou a pesquisa qualitativa, através dos meios de investigação, descritivos e bibliográficos, a fim de apresentar casos empresariais que utilizam o Marketing Verde como fator estratégico para o aumento da competitividade e se destacam no mercado e com os consumidores pelo sucesso obtido ao utilizar o marketing verde como fator estratégico. Dessa forma, foi possível perceber que as organizações podem integrar o controle ambiental com os aspectos econômicos e financeiros, a fim de lucrar nos seus negócios, sem abrir mão da sustentabilidade. Por fim, sugere-se a trabalhos futuros a continuidade da pesquisa referente ao Marketing verde, podendo ser uma pesquisa mais aprofundada sobre os componentes da gestão ambiental e focando em uma empresa específica.

Palavras-chave: Marketing Internacional. Gestão Ambiental. Sustentabilidade.

1 Graduanda no Curso de Comércio Exterior da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Itajaí.

2 Professora Mestre do Curso de Comércio Exterior da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Itajaí.