

MARKETING ECOLÓGICO Y TURISMO

Reinaldo Dias
Centro Universitario UNA
Belo Horizonte - Brasil

Este artículo pretende demostrar la importancia del marketing verde para la actividad turística, en particular para el turismo que se basa en la naturaleza. Al mismo tiempo, resalta el peligro de la utilización abusiva de marcas ecológicas fuertes, como ecoturismo y amazonia, entre otras; cuando éstas representan productos de baja calidad ambiental. Concluye afirmando que dada la creciente importancia que ha cobrado el medio ambiente natural en el turismo, la utilización del marketing ambiental debe realizarse con responsabilidad social y ética.

PALABRAS CLAVE: *marketing, ecoturismo, marca ecológica, ética.*