



Marketing sostenible: compromiso y futuro

GRUPO 17: Aberastain, Genovese, Gordillo y Mut

¿Qué es el marketing sostenible?

Todas aquellas prácticas que buscan promocionar y vender productos o servicios teniendo cuenta su impacto en el medio ambiente y en la sociedad.

Tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones.





Cambio en el comportamiento del consumidor



Preferencias conscientes

Más del 70% compra marcas que comparten sus valores.



Demanda de transparencia

Exigen acciones reales, no solo palabras.



Ejemplos destacados

Patagonia y Natura integran la sostenibilidad en su ADN.

IKEA



 YouTube



Anuncio de Ikea | "Mama Bear" nos anima a ser más sostenibles

La última campaña de publicidad de Ikea se titula "Mama Bear", una mamá osa que nos anima ser más sostenibles en casa. 👉 Mira la review:...

Marketing sostenible: más que una moda

Comunica propósito, inspira y educa a consumidores.

Ikea y Stella McCartney lideran con campañas y materiales éticos.





Estrategias clave para marketing sostenible

1

Transparencia

Ser claros sobre materiales y objetivos reales.

2

Involucrar al consumidor

Campañas participativas como reciclaje y retos sociales.

3

Storytelling

Compartir historias auténticas que conecten emocionalmente.

Beneficios y desafíos del marketing sostenible

Fidelización

Clientes leales que valoran los mismos principios.

Diferenciación

Destaca en mercados competitivos con valores claros.

Inversiones

Atrae capital que prioriza la sostenibilidad.

Desafíos

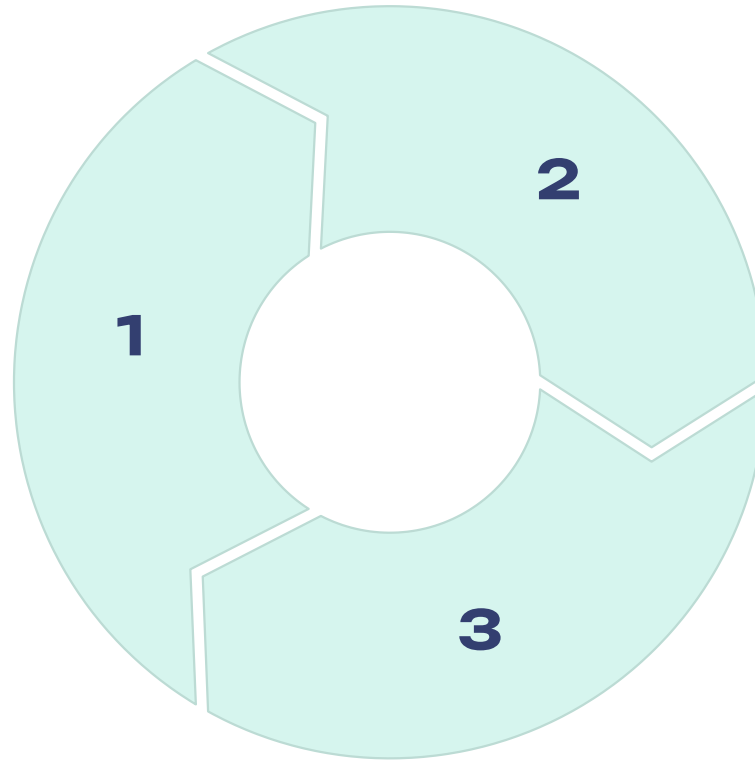
Evitar greenwashing y gestionar costos iniciales.



El futuro del marketing sostenible

Avances tecnológicos

Medición precisa del impacto ambiental y social.



Comercio electrónico

Optimización de cadenas y entregas ecológicas.

Propósito central

Marcas sostenibles prosperan con consumidores exigentes.



**Muchas gracias por
escuchar!**