

# Marketing y Sostenibilidad



## PERCEPCIONES Y EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES



"La gente espera que las marcas hagan mucho más. Alineando auténticamente el propósito de una marca con los problemas que realmente le importan a las personas, los marketers tienen la oportunidad de actuar para impulsar un cambio positivo".

Conny Braams, Chief Digital & Marketing Officer, Unilever.

Los consumidores son un punto de partida adecuado para este esfuerzo, ya que sus expectativas determinan las acciones de los profesionales del marketing.

## LA PERCEPCIÓN DE LOS MARKETERS SOBRE LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES



"Estamos en la era del 'muéstrame, no me lo digas'. Entre más actúes, aunque sea con pequeños cambios, los consumidores quieren saber lo que haces ahora y no dentro de cinco años. Eso es un cambio importante".

Valérie Hernando-Prese, Chief Marketing Officer, Danone Group.

80%  
CONSUMIDORES

VS

88%  
MARKETERS

Consideran importante que las empresas ayuden a mejorar el medio ambiente.

Están de acuerdo con la expectativa del consumidor, frente a lo que esperan de las marcas en su compromiso con el medio ambiente.

Varios estudios afirman que los consumidores están enviando mensajes claros relacionados con la sostenibilidad, y que la pandemia ha servido para reforzar las convicciones de los ciudadanos:

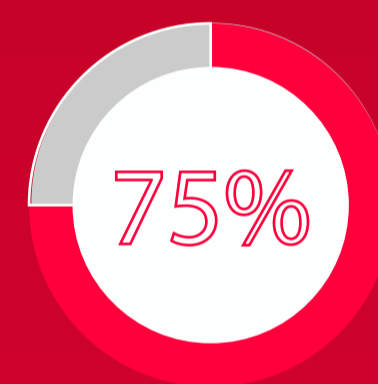


Según un estudio global de Boston Consulting Group en julio de 2020, el 70% de los encuestados dijo que después del COVID-19 eran más conscientes de las amenazas que representa la actividad humana en la acción climática y la degradación del medio ambiente.

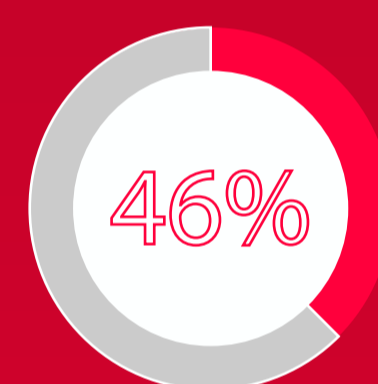
Según Nielsen, el 80% de los consumidores en el mundo esperan que las empresas ayuden a mejorar el medio ambiente.



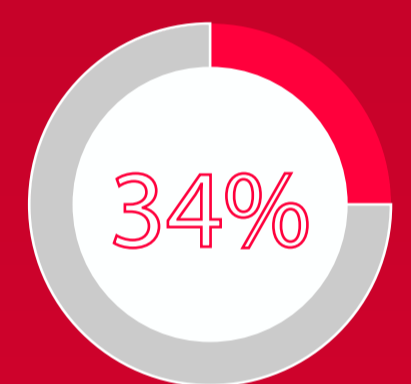
"Definitiva o probablemente cambiaré mis hábitos de compra/consumo para reducir mi impacto en el medio ambiente".



Millenials  
21 a 34 años



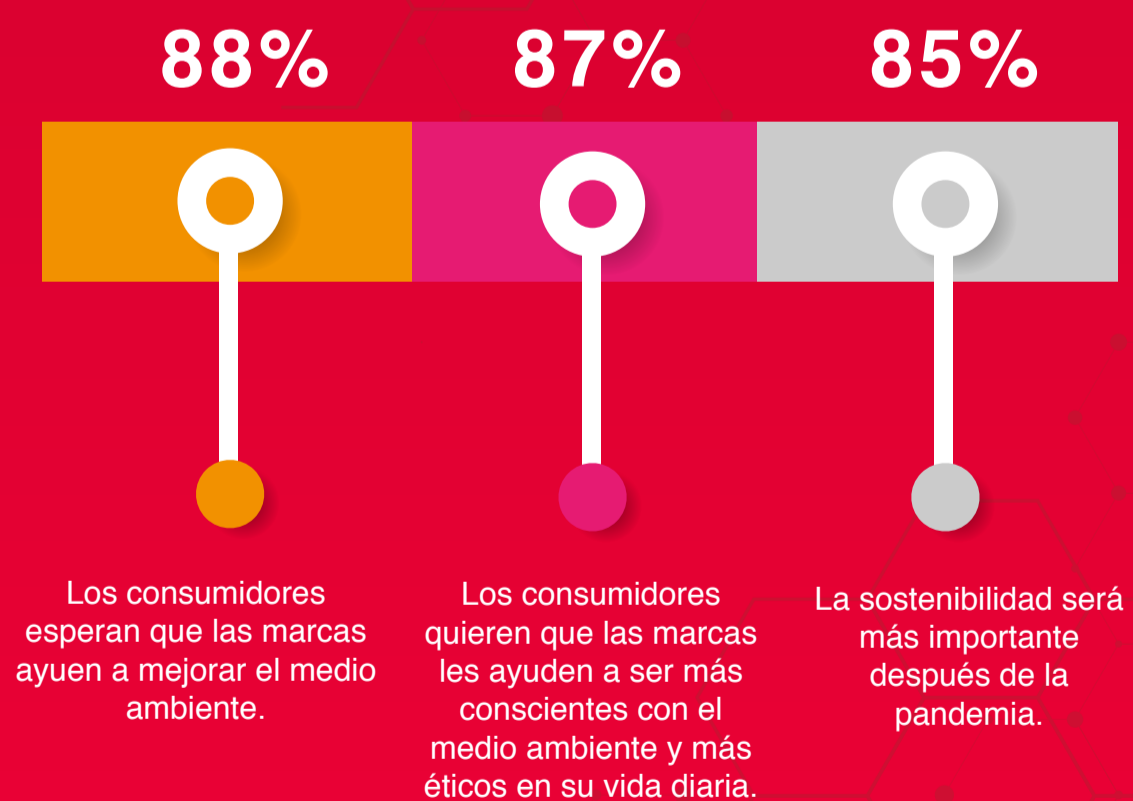
Gen X  
35 a 49 años



Baby Boomers  
50 a 64 años

Fuente. Estudio de Nielsen "Los compradores sostenibles compran el cambio que desean ver en el mundo", 2018

## ¿QUÉ PIENSAN LOS MARKETERS?



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU impulsan los esfuerzos de las organizaciones, debido a que casi el 80% afirmó haber tomado medidas vinculadas específicamente a estos objetivos.

Entre los 17 ODS, cuatro se destacaron por su relevancia al interior de las organizaciones:

