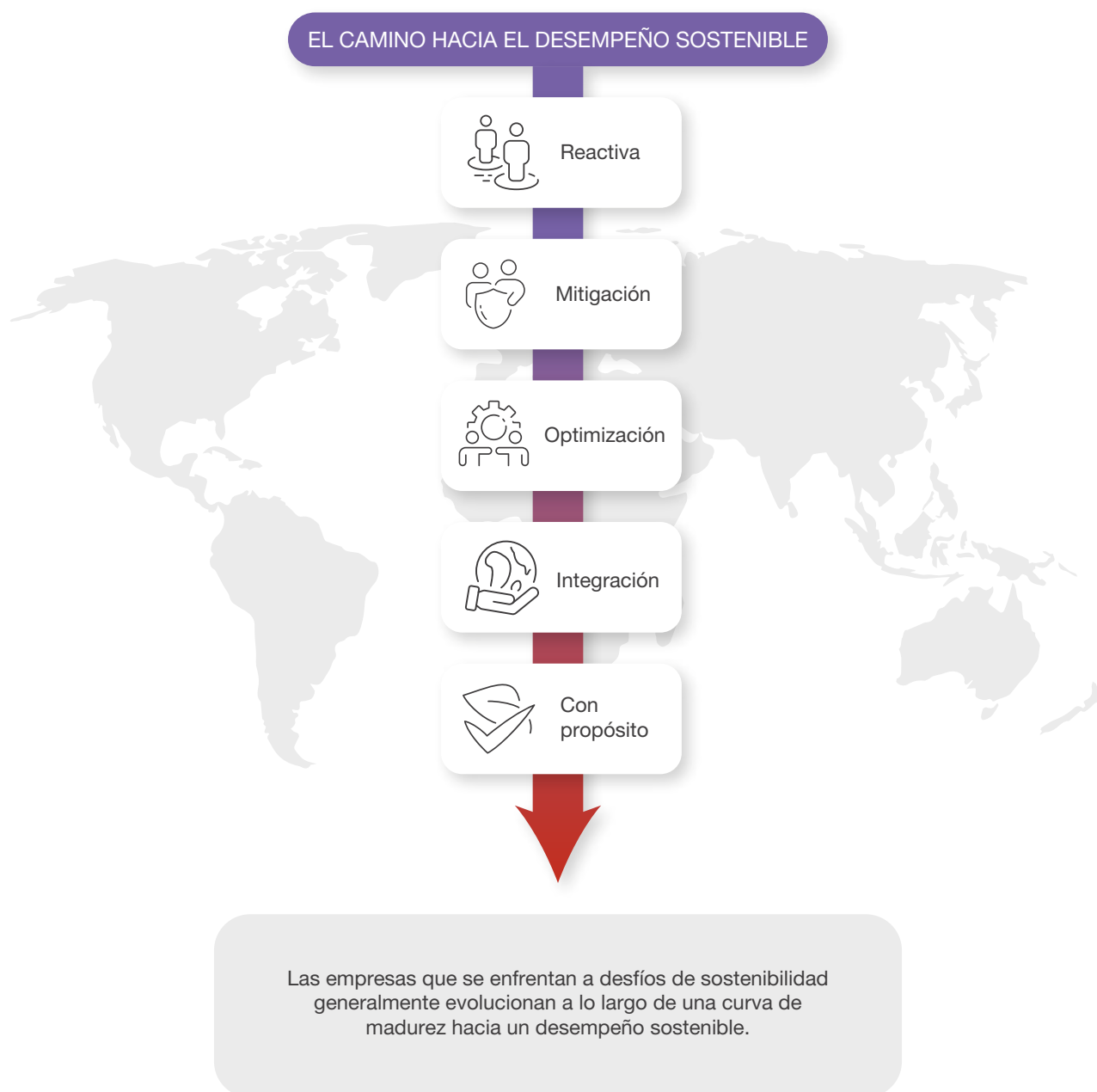
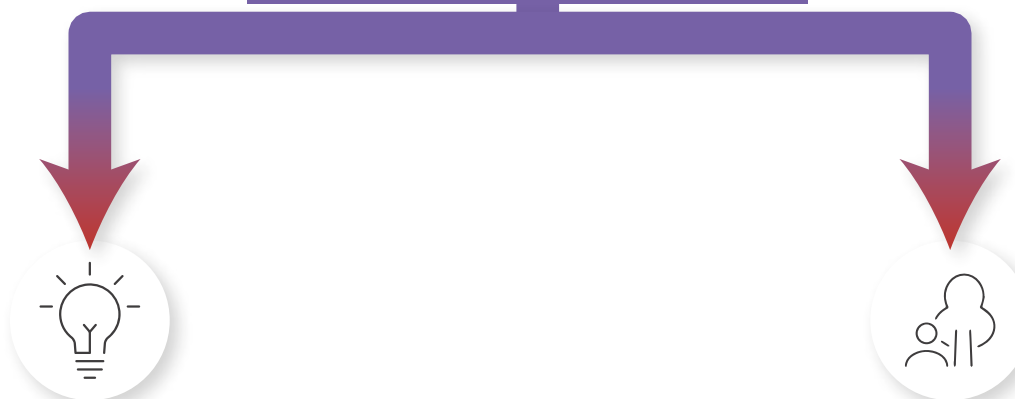

APLICA LA **SOSTENIBILIDAD**
EN TU ESTRATEGIA DE
MARKETING INTERNACIONAL



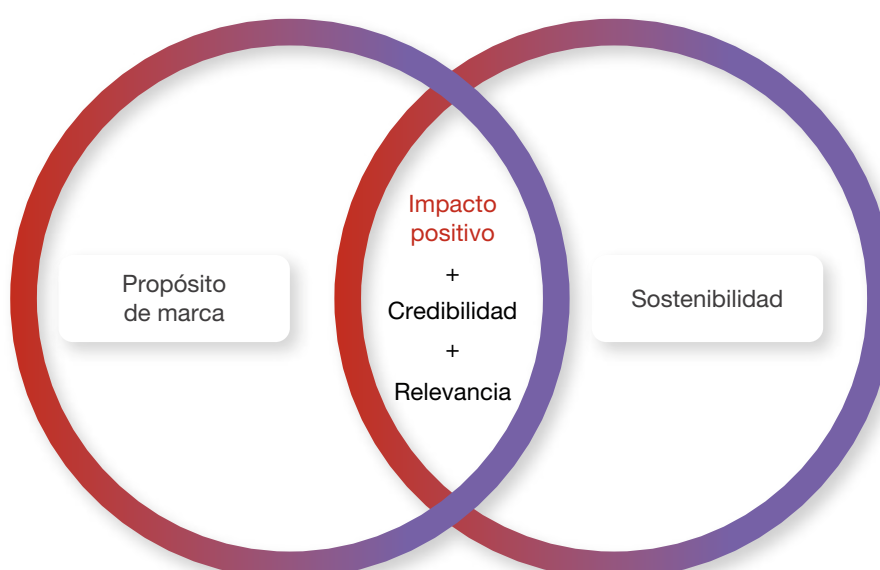
PROPÓSITO Y VENTAJA COMPETITIVA



El PROPÓSITO es la razón fundamental por la que existe una empresa, un elemento central del modelo de negocio y de la estrategia corporativa orientado a crear valor para todos sus públicos de interés.

Para crear una VENTAJA COMPETITIVA sostenible, el propósito debe apoyarse en el impacto real que la marca tiene en las personas, el planeta y las comunidades.

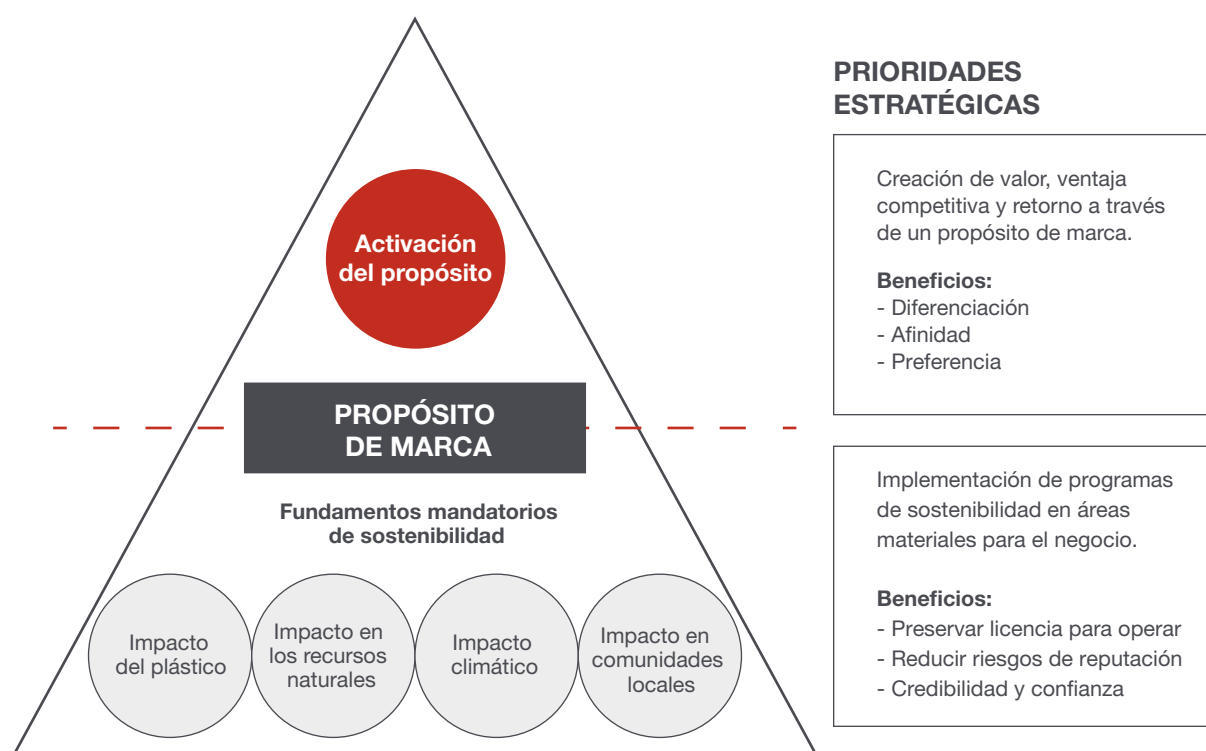
RELACIÓN ENTRE PROPÓSITO Y SOSTENIBILIDAD



PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

1 MITIGAR RIESGOS ASOCIADOS AL NEGOCIO Y CONSTRUIR CREDIBILIDAD

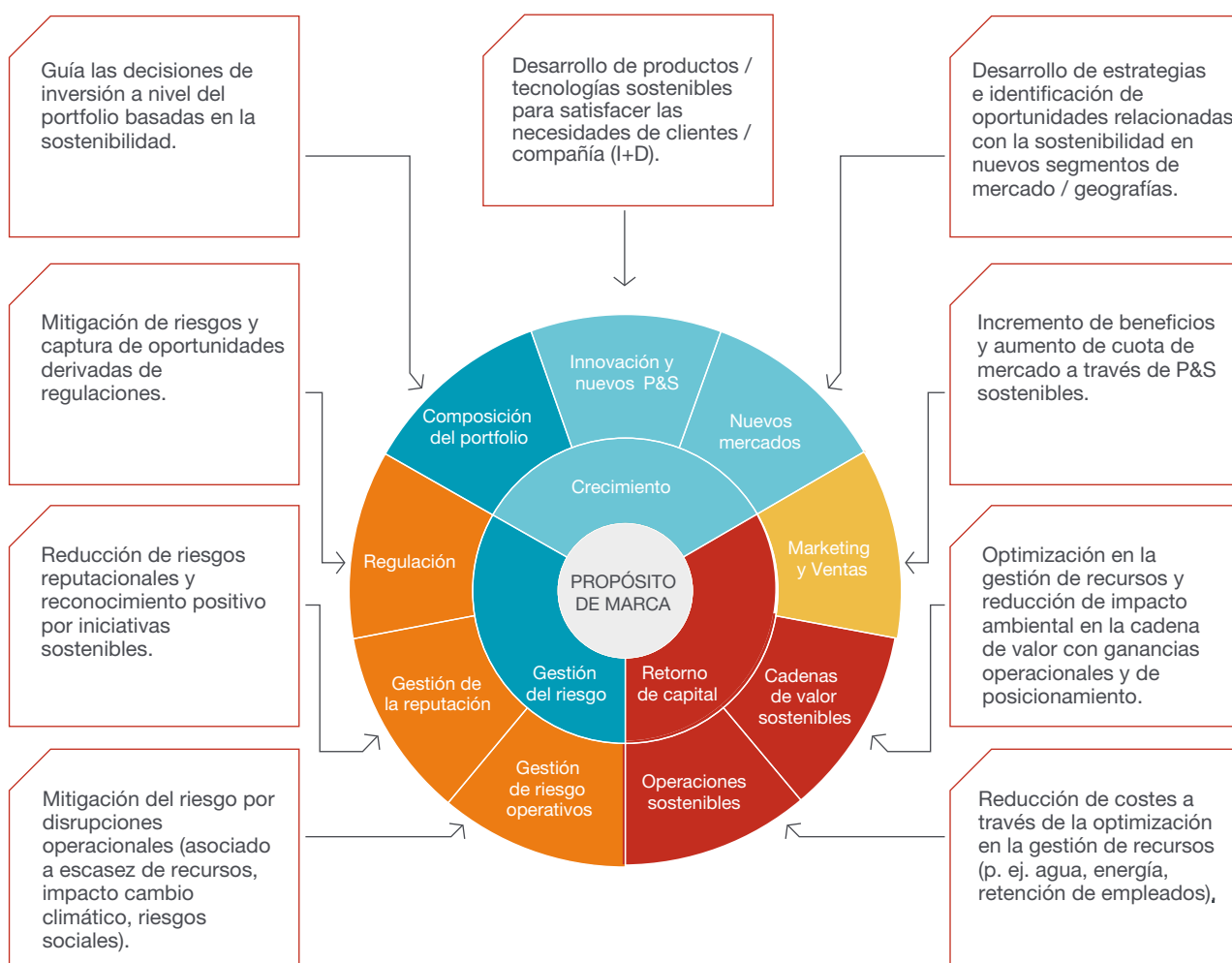
CATEGORÍA DE AGUA EMBOTELLADA



Fuente: elaboración propia a partir de Anthesis Group (2022).

2

CREACIÓN DE VENTAJA COMPETITIVA Y RETORNO: MARCAS CON PROPÓSITO Y CREACIÓN DE VALOR



Fuente: Bonini y Görner (2011).

LAS ERAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Filantropía corporativa

Era del Altruismo

Apoyo voluntario a causas sociales y ambientales a través de donaciones y patrocinios, generalmente administrados a través de una Fundación destinados a empoderar grupos comunitarios u organizaciones de la sociedad civil

Marketing asociado a una causa

Era del Marketing

La responsabilidad corporativa se vincula a una causa concreta, principalmente como una oportunidad de mejorar la imagen de marca y la reputación de la empresa

RSC estratégica

Era de la Gestión Empresarial

Vincula iniciativas de sostenibilidad con el negocio principal de la empresa, a través de la implementación de sistemas de gestión social y medioambiental, que implican el desarrollo de políticas de RSC, establecimiento de objetivos, implementación de programas, auditoría y reporte

Marcas con propósito

Era de la Transformación

Centra sus actividades en identificar y abortar las causas fundamentales de los actuales modelos insostenibles, generalmente a través de la innovación empresarial, revolucionando sus procesos, productos y servicios

Fuente: elaboración propia a partir de Visser (2010).

