

Desenvolvimento Sustentável e Direitos Individuais

UNIDADE 02 – Responsabilidade Socioambiental como estratégia de gestão

1 – Marketing Ambiental

Marketing Verde é uma **estratégia** adotada para **promover** a divulgação e aumentar as vendas de **produtos e serviços** que tenham **bases ambientalmente corretas**.

Tem **impacto ambiental mínimo**, tanto ao se considerar os elementos que compõem o **produto** quanto os que estão relacionados ao seu **processo produtivo**.

4 pilares:

- Ser ecologicamente correto;
- Ser economicamente sustentável;
- Ser socialmente justo;
- Ser culturalmente aceito.

2 – Tendências mundiais sobre o perfil do consumidor

Custo-benefício são listadas **antes** de questões sobre **responsabilidade socioambiental** e produtos ambientalmente corretos.

Preço bom, qualidade, confiabilidade e atendimento ao cliente estão entre os atributos empresariais **mais importantes** entre os consumidores.

Em **geral**, **consumidores** estão **dispostos** a comprar mais produtos ambientalmente corretos e a **pagar até 10% a mais** para **produtos ecológicos**.

3 – Iniciativas de marketing ambiental

Empresas podem adotar as seguintes posturas:

- Adotar os 3 R's da sustentabilidade: reduzir, reutilizar e reciclar;
- Incorporar os 4 S's: aceitação social, satisfação do consumidor, segurança e sustentabilidade;
- Usar selos verdes;
- Participar de programas de promoção dos três pilares da sustentabilidade;
- Escolher fornecedores e parceiros ecologicamente corretos.