

# Trabajo de marketing ecológico del sector de bienes de consumo

Autor: **Jesús Sánchez Tornos**  
(Director: **Javier Borraz Mora**)



NUM TFG: 425,19,27  
Julio 2019

*“Si cuidamos la tierra, ella nos cuidará”*

## INTERÉS DEL TRABAJO

El 72% de los consumidores compra productos respetuosos con el medioambiente

El consumidor de hoy busca calidad, salud y bienestar

Más consumidores están dispuestos a pagar extra por productos respetuosos por el medioambiente



## ECOLOGISMO

En el sector de bienes de consumo duradero

En el sector de bienes de consumo perecedero

**B/S/H/**



Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades

Estrategias que favorecen el medioambiente

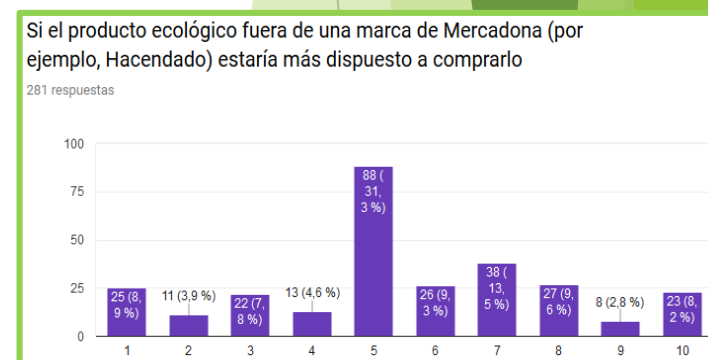
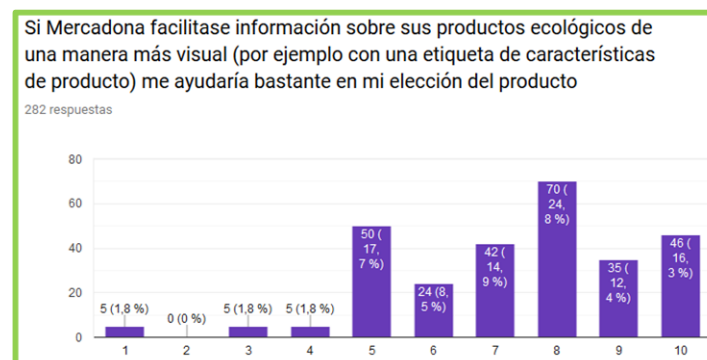
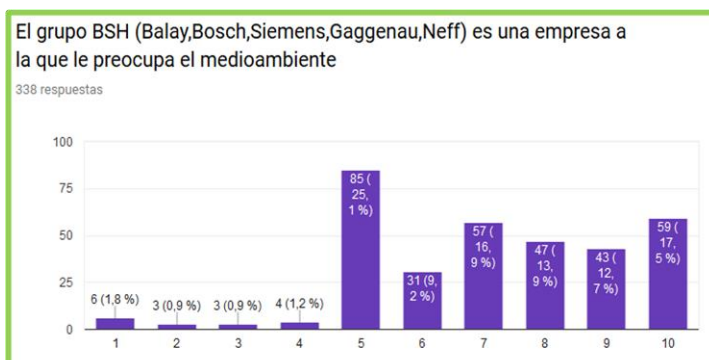
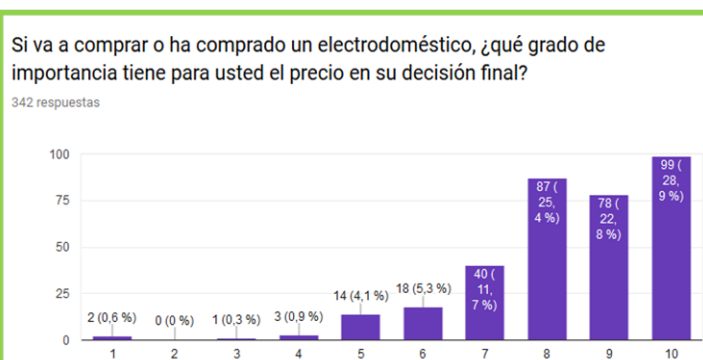
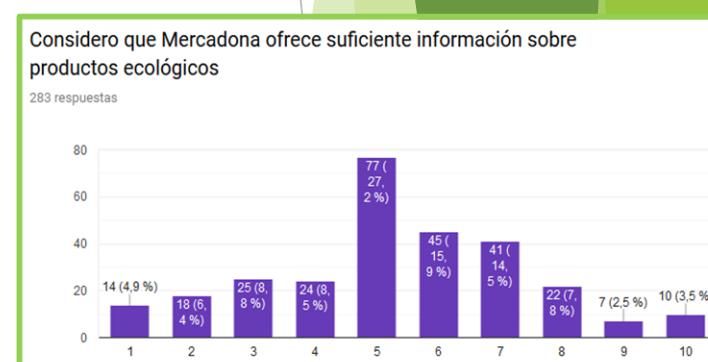
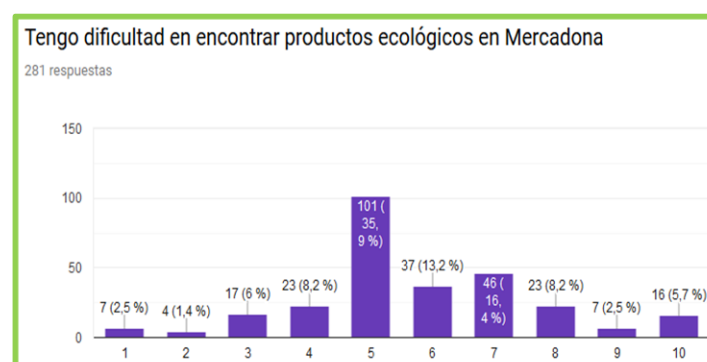
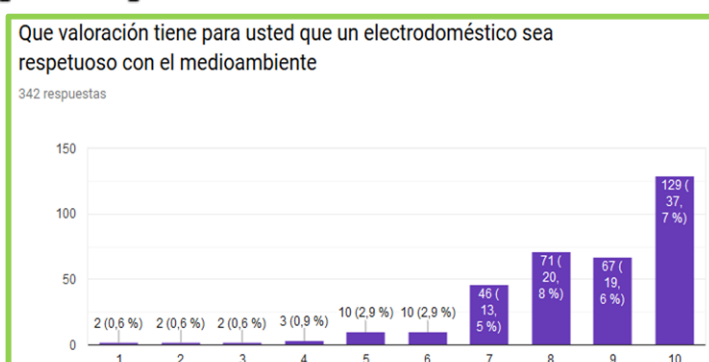
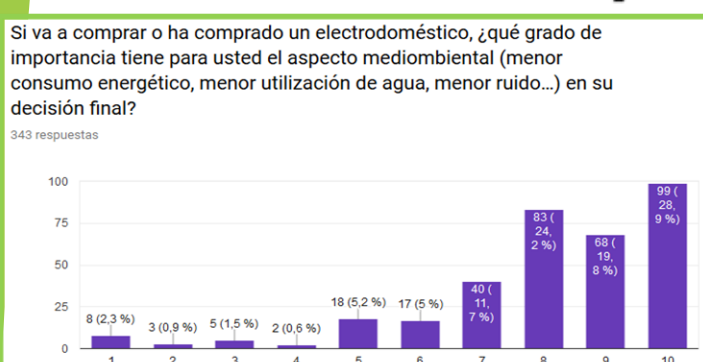
¿Qué opina el consumidor?

### Encuesta sobre productos ecológicos

Muchas gracias por su colaboración



**B/S/H/**



## CONCLUSIONES

Productos ecológicos a precio asequible

- Productos que promueven el ecologismo a bajo coste.
- Desmentir la percepción de la población de "Producto ecológico=producto caro".

Productos ecológicos propios

- Crear productos ecológicos propios de calidad a un precio adecuado.
- Ofrecer campañas informativas para generar confianza hacia el producto por parte del consumidor.

Posicionamiento de la marca en tecnológica y ecológica

- Campañas para lograr que el consumidor identifique BSH como marca ecológica.
- Campaña que agrupe medioambiente, tecnología y emoción como imagen de marca.

Localización más visual de los productos ecológicos

- Remodelación de plataformas físicas y virtuales para el fácil acceso del consumidor al producto ecológico.
- Aumento de la publicidad de los productos ecológicos.