



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco  
División Académica De Ciencias Económico-  
Administrativas



Asignatura  
Comportamiento del consumidor

**“Cuadro de análisis – Las marcas responsables con el  
medio ambiente y la sociedad”**

Presenta:  
María del Carmen Segovia Zapata

Docente:  
Minerva Camacho Javier

Carrera:  
Licenciatura en Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco, México.

Septiembre, 2025

<b>Tema:</b>	"Marcas responsables con el medio ambiente y la sociedad".		
<b>Objetivo:</b>	Analizar a las diferentes marcas desde el ámbito social y ambiental, para posteriormente compararlas y clasificarlas.		
<b>Marcas</b>	<b>Patagonia</b>	<b>Aeroméxico</b>	<b>Bimbo</b>
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Produce y vende alimentos sostenibles.</li> <li>-Vende productos de segunda mano, rediseñados.</li> <li>-Utiliza materiales sostenibles.</li> <li>- Ayuda a reducir la contaminación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recicla residuos contaminantes.</li> <li>-Ayuda a reducir el consumo de agua.</li> <li>-Reduce el consumo de energía eléctrica</li> <li>-Reduce el uso de plástico.</li> <li>-Utiliza combustible sustentable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplica la reutilización de agua en sus instalaciones.</li> <li>-Implemento vehículos eléctricos.</li> <li>--Utiliza empaques hechos de material reciclado.</li> <li>-Utiliza un 92% de energía solar y eólica.</li> </ul>
<b>Desventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Los procesos sustentables suelen ser muy costosos.</li> <li>-Los productos tienen un precio elevado.</li> <li>-El proceso de producción puede demorar más tiempo del habitual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Al utilizar combustible sustentable, consume mas y este hace que eleve sus precios de vuelo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Exceso de producción de empaques.</li> <li>-Productos no muy saludables.</li> <li>-Genera mucha demanda de producción.</li> </ul>
<b>Impacto ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Impulsa la concientización del cuidado del medio ambiente.</li> <li>-Impulsa la reutilización de productos.</li> <li>-Impulsa el reciclaje de productos.</li> <li>-Impulsa el reciclaje de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Implementa proyectos de reforestación.</li> <li>- Implementa actividades para restaurar la tierra.</li> <li>-Dona recursos para actividades de reforestación, conservación de la biodiversidad y manejo de ganado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribuye al proyecto de cero emisiones de carbono.</li> <li>- Utiliza ingredientes 100% naturales.</li> <li>-Actividades agrícolas regenerativas.</li> </ul>

<b>Impacto social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cambio cultural.</li> <li>-Dona gran parte de sus ganancias a labores ambientales.</li> <li>-Promueve grupos activistas ambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Genera fuentes de ingresos a las comunidades involucradas.</li> <li>-Crea lazos amistosos con entes internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene compromiso con la economía circular.</li> <li>-Brinda capacitación para agricultores.</li> <li>- Implementa proyectos comunitarios, para mejorar la calidad de vida.</li> <li>-Dona productos a bancos de alimentos en todo el mundo.</li> </ul>
-----------------------	---	---	---

## **Conclusión**

En conclusión, puedo argumentar que, con relación al marketing, esta labor que cumplen dichas empresas es un factor muy importante, ya que, a vista de la sociedad, se refleja como puntos a favor, pues da a entender que no solo les importa llenar sus bolsillos, sino que también les importa conservar y preservar el medio que nos rodea, así como también el involucrar a la sociedad es una ventaja que a las empresas las ayuda a enriquecer su imagen.

Ante el concepto del comportamiento del consumidor, esta labor que realizan dichas empresas actúa como anzuelo, al darle un significado emocional, pues se sabe que el cerebro humano siempre ira arraigado a los actos emocionales que los conmuevan.

## Referencias

Acosta C. (16 de agosto de 2021). 10 empresas que ayudan al medio ambiente.

Expok- comunicación de sustentabilidad y RSE.

<https://www.expoknews.com/10-empresas-con-extraordinarios-esfuerzos-por-el-medio-ambiente/>

Aeroméxico. (2024). ¿Qué es vuela verde?. Vuela verde.

<https://www.vuela.aeromexico.com/vuela-verde/>

M&T (01 de agosto de 2024). Grupo Bimbo destaca logros en sostenibilidad y responsabilidad social en 2023. Mercados & tendencias.

<https://www.myt.connectab2b.com/post/grupo-bimbo-destaca-logros-en-sostenibilidad-y-responsabilidad-social-en-2023>

Patagonia Chile (2025). Responsabilidad social y ambiental. Patagonia.

<https://cl.patagonia.com/pages/responsabilidad-social-y-ambiental>

Roses N. (30 de enero de 2024). Patagonia evoluciona con 'Worn Wear', su

modelo de negocio sostenible. Matteria\_. <https://materia.si/blog/modelo-de-negocio-patagonia-sostenible/>