

Luiz Claudio Zenone  
Reinaldo Dias



# Marketing Sustentável

Valor social,  
econômico e mercadológico

atlas

# Resumo de Marketing Sustentável. Valor Social, Econômico e Mercadológico

A falta de equilíbrio entre os humanos e seu meio ambiente está forçando o estabelecimento de um novo modelo de crescimento econômico e social. O mundo caminha para uma nova estrutura onde as relações passam a ser mais éticas e responsáveis.

Estratégias empresariais baseadas em conceitos de sustentabilidade, mesmo que ainda de forma lenta, vêm sendo incorporadas pelas empresas. Esse novo modelo de consumo é, sem dúvida, o grande desafio do século e pode representar tanto oportunidade de negócios como ameaças para as empresas que não se ajustarem a essa realidade.

A pressão pela mudança vem de todas as partes, pois nosso condomínio global apresenta sinais claros de esgotamento e a sociedade sente os impactos negativos desse desgaste. Muitos consumidores, mais conscientes, procuram se adaptar a um consumo sustentável e incentivar as organizações a desenvolver soluções inovadoras que possibilitem a eliminação dos impactos negativos da produção e comercialização no ambiente ecológico e no social.

Esta obra apresenta conceitos e estratégias de marketing sustentável e o valor social, econômico e mercadológico de sua aplicação no mercado. O texto evidencia a necessidade de novas posturas das empresas para melhorar seu posicionamento na sociedade, numa perspectiva de utilização do marketing voltado para a sustentabilidade de modo geral e a responsabilidade social em particular.

Obra de relevante interesse para profissionais envolvidos com gestão de negócios, marketing e sustentabilidade. Pode ser utilizada também por estudantes tanto de escolas de nível médio quanto de nível superior, que é o seu público-alvo prioritário.

Leitura complementar para as disciplinas Marketing Sustentável, Marketing Ecológico, Ecomarketing, Marketing Verde ou Marketing

Ambiental dos cursos de graduação e pós-graduação em Marketing, Engenharia Ambiental, Gestão Ambiental e Ciências Ambientais.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)