



UJAT

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”



Universidad Juárez Autónoma De Tabasco

División Académica De Ciencias Económico Administrativas

Comportamiento Del Consumidor

Presenta:

Nancy Guadalupe Vasconcelos León

Asignatura Impartida por la:

Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Marcas responsables con el medio ambiente y la sociedad

Marca	Objetivos	Metodología	Resultados	Compromiso futuro
Grupo Modelo	Metas 2025: agricultura inteligente, gestión agua, empaques circulares y acción climática.	Agricultura regenerativa, eficiencia hídrica, reciclaje, energía renovable.	Reducción 28.8% agua, tasa 96% retorno botellas, energía 100% renovable.	Cero emisiones netas en 2040, saldo hídrico positivo en 2030.
Starbucks	Minimizar impacto ambiental y social, apoyo a empleados y comunidades.	Café sostenible, reducción de plásticos y agua, comercio justo.	19.000 bebidas en tazas reutilizables, más de 180 puntos de retorno vasos compostables.	Ampliar programas verdes y sociales, neutralidad carbono 2030.
Nestlé México	Optimizar recursos, reducir huella hídrica y emisiones, bienestar comunitario.	Producción sostenible, reducción de plásticos, eficiencia energética.	Ahorro 135.000 m ³ agua, reducción 52% plástico virgen, energía 100% renovable.	Carbono neutralidad 2050, economía circular, inversión social.
Grupo Bimbo	Empaques 100% reciclables, cero emisiones netas para 2050.	Flota eléctrica, agricultura regenerativa, programas comunitarios.	94% empaques reciclables, 300.000 ha agricultura regenerativa, 267 proyectos comunitarios.	Cero emisiones netas 2050, innovación continua, economía circular.