



**POSTGRADOS**  
UNIVERSIDAD FINIS TERRAE

---

AMPLÍA TU MUNDO

# Diplomado en Marketing Sostenible

FACULTAD DE **ECONOMÍA**  
**Y NEGOCIOS**

POSTGRADOS **2022**

# Diplomado en Marketing Sostenible

---



La sostenibilidad de los negocios es un tema cada vez más necesario para las organizaciones, sean estas públicas o privadas, con o sin fines de lucro, las que deben aportar a la solución de problemas sociales y medioambientales que enfrenta la sociedad y el planeta. Parte del problema se origina en la industrialización y crecimiento económico que, a pesar de aportar al bienestar de empresas y consumidores, han generado un aumento sostenido en la huella de carbono, una menor disponibilidad de recursos básicos como el agua, y una mayor contaminación de los océanos debido al excesivo uso de plástico, entre otros efectos.

Uno de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de Naciones Unidas, el #12, Producción y Consumo Responsables, apunta a hacer

más y mejor con menos, lograr crecimiento económico sin daño medioambiental, y promover estilos de vida sostenibles. El Marketing debe contribuir al logro de este ODS, y aceptar que la práctica tradicional del marketing ha sido, en parte, responsable del sobreconsumo, el uso excesivo de plástico en los envases, o la utilización poco eficiente de recursos en los procesos de producción y distribución.

En este diplomado se presenta el marketing sostenible como una respuesta a esta necesidad, en que junto con crear, entregar y comunicar valor a los clientes, se procura reducir el daño al medioambiente y mejorar la calidad de vida y el bienestar de consumidores y otros stakeholders globales, tanto en el presente como para las futuras generaciones.

## Objetivo

---

Contribuir al aprendizaje de los participantes, a través del desarrollo de una visión teórico-práctica respecto de los principios de sostenibilidad, con una mirada estratégica en el diseño y comunicación de soluciones como apoyo al marketing sustentable. Asimismo, este diplomado busca promover la preocupación y el compromiso con la sostenibilidad y el bienestar de la sociedad en su conjunto.

Se espera que los participantes, al final de este programa, sean capaces de:

- » Analizar las tendencias del entorno y adaptar la estrategia de marketing para promover y desarrollar la sostenibilidad de los negocios y el consumo responsable.
- » Integrar los conocimientos sobre sostenibilidad en el ejercicio del marketing a consumidores y empresas.
- » Organizar los recursos para lograr un equilibrio entre los objetivos económicos, medioambientales, y sociales en la implementación de estrategias de marketing.
- » Evaluar alternativas de propuestas de valor sostenible a diferentes stakeholders.

## Metodología

---

Se promueve el aprendizaje activo, en que los participantes son protagonistas de la adquisición e integración de conocimiento. Se contempla tanto la realización de actividades individuales como grupales, con el propósito de potenciar los procesos de análisis, descubrimiento, discusión, y reflexión. Se usa una combinación de actividades:

- » Sesiones expositivas de contenidos.
- » Discusión de artículos y material audiovisual.
- » Ejercicios e investigación aplicada.
- » Análisis de casos de empresas.

## Dirigido a

---

Ejecutiva/os de empresas, emprendedora/es, consultora/es de negocios, gestora/es de políticas públicas, cuyo trabajo se relaciona con la gestión de marketing en organizaciones, ya sean estas públicas o privadas, y de diversos sectores y tamaños.



## Malla curricular

---

Sostenibilidad y Marketing

Innovación Circular

Branding y Comunicación Sustentable

Consumo Responsable

Gestión de Stakeholders para un Desarrollo Sostenible

## Evaluación

---

La evaluación de cada curso incluye lo siguiente:

- » Trabajo individual de investigación y/o aplicación (50%)
- » Proyecto o ejercicio grupal (50%)

Para aprobar un curso, se debe obtener una nota mínima de 4,0 en cada asignatura.

## Duración

---

4 meses.

## Modalidad

---

Modalidad sincrónico online

## Horario

---

Lunes y jueves entre las 18:30 y las 22:30 hrs.

## Requisitos de postulación

---

Para postular a este diplomado, se debe cumplir con alguno de los siguientes requisitos:

- » Título profesional universitario.
- » Título de egreso de instituto profesional o centro de formación técnica.
- » Evidencia de experiencia laboral relevante en áreas relacionadas con las temáticas del programa.

## Sostenibilidad y Marketing

El Marketing, como disciplina del ámbito de los negocios, tiene una responsabilidad muy importante de contribuir al desarrollo sostenible. Los profesionales de Marketing deben reconocer que la práctica tradicional del marketing ha sido, en parte culpable de ciertos males asociados a la insostenibilidad, como lo son el sobreconsumo, el uso excesivo de plástico en los envases, o la utilización poco eficiente de recursos en los procesos de producción y distribución. En este curso se exploran los ámbitos en los que el Marketing puede apoyar la sostenibilidad.

El resultado de aprendizaje esperado de este curso es comprender los desafíos de un desarrollo sostenible y el rol que el Marketing tiene o debe tener en contribuir a una producción y un consumo sostenibles.

## Innovación Circular

La economía circular es un modelo de producción y consumo que busca romper el tradicional proceso lineal, en que se produce una gran cantidad de residuos. Esto requiere tener un foco especial en la reducción, la reutilización, y el reciclaje. En este curso se presentan formas de innovación en productos, servicios, y procesos, que favorecen la circularidad y reducen el impacto negativo de la producción y el consumo en el medioambiente.

El resultado de aprendizaje esperado de este curso es proponer ideas de mejora en la innovación de productos, canales de distribución y venta y otros procesos, para promover una economía circular.

## Branding y Comunicación Sustentable

Las marcas asociadas a productos, servicios y empresas tienen un rol cada vez más importante en cuanto a comunicar un propósito, y no solamente las características y beneficios de la marca como tal. Uno de los propósitos que más valoran los consumidores se refiere al compromiso de empresas y marcas con la sostenibilidad. Sin embargo, en ocasiones las empresas no son capaces de mostrar un actuar consistente en torno a la sostenibilidad, y caen en lo que se denomina *greenwashing*, que se refiere a generar acciones específicas que señalan un compromiso con la sostenibilidad, pero que podría no ser muy genuino ni consistente con otras acciones de la empresa.

El resultado de aprendizaje esperado de este curso es analizar estrategias de marca y comunicación que consideren un equilibrio entre criterios económicos, sociales y medioambientales.

### Consumo Responsable

Uno de los objetivos de desarrollo sostenible declarado por las Naciones Unidas se refiere a *producción y el consumo responsables*. En este curso, se analiza al consumidor, su entorno, y otros actores relevantes (ej. empresas proveedoras de productos y servicios, gobiernos, y organizaciones no gubernamentales) para identificar las formas de consumo responsable y los factores que influyen en este. Se estudia el consumo responsable tanto desde la perspectiva del comportamiento individual como desde la práctica social, en ambos casos vinculándose estrechamente a los valores, la ética, la conciencia y la sostenibilidad.

El resultado de aprendizaje esperado asociado a este curso es comprender los elementos de sostenibilidad que impactan el consumo responsable y la relación con el cliente, y recomendar a organizaciones acciones concretas que faciliten la adopción de consumo sustentable.

### Gestión de Stakeholders para un Desarrollo Sostenible

El cambio climático y el deterioro ambiental que ha producido la industrialización requieren de una acción coordinada de parte de distintos stakeholders, como lo son consumidores, empresas, organizaciones sin fines de lucro, y gobiernos. Además, al interior de las organizaciones se requiere alinear los distintos departamentos y áreas funcionales para apoyar un desarrollo sostenible. En este mundo global e hiperconectado, la sociedad civil tiene cada día más fuerza y herramientas para promover sus ideas, por lo que resulta clave para las empresas implementar un modelo de gestión y relacionamiento con sus grupos de interés, otorgándoles credibilidad y confianza. Tal modelo debe ser estructurado, basado en herramientas teóricas, y adaptado a la realidad de cada empresa.

En este curso se analiza la gestión de stakeholders internos y externos para contribuir a un desarrollo sostenible, en base a conceptos, herramientas y metodologías que nos permitan diseñar e implementar modelos robustos de gestión sostenible junto a los grupos de interés. El resultado de aprendizaje esperado de este curso es comprender la importancia de los stakeholders y analizar modelos y herramientas que permitan una correcta gestión y relacionamiento con estos grupos.

# Cuerpo Académico

---

## VIVIAN BUDINICH

Ingeniera Comercial y Master of Business Administration (MBA), Pontificia Universidad Católica de Chile.

Gerente Corporativa de Marketing y Sostenibilidad, Empresas Iansa.

## ALEJANDRA MEDINA

Ingeniera Comercial, Universidad Diego Portales.

Master of Business Administration (MBA), ISEM Fashion Business School.

Directora del Diplomado en Fashion Business, Universidad Finis Terrae.

## HUMBERTO SALINAS

Ingeniero en Computación e Informática, Universidad de Magallanes.

Master of Business Administration (MBA), IEDE Chile-España.

Director y Presidente de Fundación #DesafíoCircular.

## RODRIGO GUESALAGA

Ingeniero Comercial y Master of Business Administration (MBA), Pontificia Universidad Católica de Chile.

Doctor of Philosophy (PhD) in Marketing, Emory University (Estados Unidos).

Profesor de Marketing y Decano de la Facultad de Economía y Negocios, y de la Facultad de Ingeniería, Universidad Finis Terrae.

## ALEJANDRO PALACIOS

Master of Science (MSc) in Management and Corporate Sustainability, Cranfield University.

Gerente de Sostenibilidad y Proyectos, Kitchen Center.

Profesor y Co-Director del Centro de Economía y Negocios Sostenibles, Universidad Finis Terrae.



# POSTGRADOS

## UNIVERSIDAD FINIS TERRAE



+56 2 2420 7600



[admisionpostgrado@uft.cl](mailto:admisionpostgrado@uft.cl)



Pedro de Valdivia 1999,  
Providencia, Santiago

[postgrados.uft.cl](https://postgrados.uft.cl)



[postgradosufinisterrae](https://www.facebook.com/postgradosufinisterrae)



[postgrados\\_ufinisterrae](https://www.instagram.com/postgrados_ufinisterrae)

UNIVERSIDAD ACREDITADA



- Gestión Institucional
- Docencia de Pregrado
- Vinculación con el Medio

Por 4 años hasta noviembre 2023