

# Zapatos que florecen

La apuesta de Yerba Madre por la sostenibilidad viva

– BIENES DE CONSUMO –

FINANCIA:



COORDINA:



# RESUMEN EJECUTIVO

La marca de bebidas orgánicas Yerba Madre, junto con el estudio de diseño neoyorkino Basura, lanzó zapatos biodegradables hechos de tierra que, al desintegrarse, dispersan semillas de flores silvestres.

Más que un producto funcional, es una acción simbólica que combina arte, sostenibilidad y regeneración ambiental.

Fuente



# CONTEXTO

En un momento en que las marcas buscan diferenciarse y transmitir valores auténticos, la sostenibilidad se ha convertido en un lenguaje de marca.

Yerba Madre, con fuerte identidad eco-consciente, lleva el concepto más allá de su categoría (bebidas) y entra en el diseño experimental, transmitiendo su compromiso de forma tangible y memorable.



# TENDENCIAS RELACIONADAS



## **Regeneración ambiental**

No solo reducir impacto, sino devolver valor al sistema

---



## **Colaboraciones creativas cross-industry**

Marcas y artistas trabajando juntos para generar experiencias únicas.

---



## **Marketing experiencial efímero**

Productos que existen por un instante, pero dejan un impacto emocional y narrativo duradero.

---



## **Materiales vivos**

Uso de componentes naturales que interactúan con el entorno (semillas, tierra, fibra...)

# ¿POR QUÉ AHORA?

El cambio climático y la crisis de biodiversidad están impulsando a consumidores y marcas hacia **acciones tangibles de impacto positivo**.

La popularidad de movimientos como el rewilding y el consumo consciente crea un contexto perfecto para propuestas simbólicas y regenerativas.



# OPORTUNIDADES



## **Eventos de marca sostenibles.**

Donde los asistentes puedan plantar, dispersar o activar proyectos regenerativos



## **Merchandising vivo.**

Productos promocionales que germinan o se desintegran, reforzando valores verdes



## **Ediciones limitadas de alto impacto.**

Para storytelling en redes sociales



## **Alianzas arte-marca.**

Para comunicar compromisos medioambientales de forma no convencional.

# CONCLUSIONES

Los Dirt Shoes no buscan ser vendidos en masa, sino generar conversación y conectar emocionalmente con el público a través de una experiencia poética y coherente con el propósito de marca.

Un recordatorio de que la innovación no siempre está en la tecnología, sino en cómo una idea puede florecer —literalmente— en el mundo real.





# Cooperar para innovar y transformar

[www.sommos-connecta.com](http://www.sommos-connecta.com)

FINANCIA

COORDINA