



MARKETING VERDE

Dr. CÉSAR AUGUSTO ATOCHE PACHERRES

PROFESOR PRINCIPAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA-PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

www.cesar-augusto-atoche.com

En estos últimos años y como consecuencia del calentamiento global han surgido nuevas alternativas que desarrollan una conciencia conservacionista del ambiente a fin de alargar la vida del planeta tierra, y las empresas son los principales agentes de la denominada "actitud verde". Su principal premisa es la responsabilidad ecológica, desde el productor hasta el consumidor y surge como consecuencia de las exigencias de los consumidores de crear productos que representaran el menor impacto negativo posible en el ambiente, lo cual generó mayor conciencia en las poblaciones y un compromiso moral-social entre la empresa y el medio ambiente. El marketing verde busca preservar los recursos naturales no renovables, lo que constituye un aporte adicional a la creación de un mejor ambiente y a su preservación para el disfrute de las generaciones futuras, satisfaciendo las necesidades de sus clientes con productos y empaques que contienen componentes biodegradables que protegen el medio ambiente. Esta nueva tendencia promueve la modificación de todo el ciclo productivo para involucrar la responsabilidad ecológica en cada parte del proceso, lo que significa que las empresas deben asumir su responsabilidad fabricando productos eco-eficientes, es decir, que duren más tiempo, que se produzcan con la menor cantidad de recursos posibles y que incluyan material reciclado cada vez que sea posible. (PLAN, 2010) Ante ello, cabe preguntarnos ¿cuáles son las características de los productos que usan dichos términos?

La primera característica es que los productos son elaborados con un alto nivel de calidad, respaldado por certificaciones de calidad y cuanto mayor número de certificaciones se tenga, tanto mayor la calidad del producto como también el nivel de competitividad. (BUREAU, 2012)

La segunda característica es que los productos tienen ingredientes nutracéuticos, aquellos que se proclaman como poseedores de un efecto beneficioso sobre la salud humana, es decir son productos de origen natural con propiedades biológicas activas, beneficiosas para la salud y con capacidad preventiva y/o terapéutica definida. (SENM, 2012)

La tercera característica es que los precios son asequibles, vale decir ni tan bajos como los precios de productos de dudosa calidad ni muy altos como los precios de aquellos productos considerados exclusivos.

La cuarta característica es que se usan formas de venta denominadas venta plana, multinivel, party plan. (ACOVEDI, 2010)

La quinta característica es que se realizan grandes esfuerzos para promocionar los productos que incluye: regalos, bonos, ofertas.

En esta oportunidad hablaremos de productos Oriflame, considerada como la primera marca de Cosméticos Global con acreditación ética y natural (certificaciones de calidad) de cuatro organizaciones independientes como son: Fairtrade, Ecocert, Vegan, Fsc. Una línea innovadora de sus productos “Ecobeauty” cuyos ingredientes proceden al menos 95% de la naturaleza y de fuentes controladas y renovables; además contiene fórmulas libres de: cualquier sustancia animal, parabenos (tipo de compuestos químicos utilizados habitualmente en las industrias cosmética y farmacéutica, que actúan de manera efectiva como conservantes), silicona, aceites minerales y de fragancias artificiales; adicionalmente sus materias primas proceden de países en vías de desarrollo que contribuyen a mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los productores locales; así mismo sus productos han sido envasados con materiales 100% reciclables y seguros para el medio ambiente; finalmente el papel utilizado no contiene cloro y procede de bosques controlados.

Ello explica los tres pilares que soportan su cartera de productos: Natural, Ético y Respetuoso del medio ambiente. En cuanto a “Natural” significa que se usa ingredientes naturales o de origen orgánico (vegetales, plantas, de recursos sostenibles y renovables). En cuanto a “Ético” significa que existe compromiso de abastecimiento de los ingredientes naturales de manera sostenible y responsable, preservando la biodiversidad, respetando el trabajo humano y el bienestar animal. En cuanto a “Respetuoso del medio ambiente” significa que se usan materiales, componentes y procesos que respetan el medio ambiente y el ecosistema (biodegradables, huella de carbono, abastecimiento responsable).

Las certificaciones de calidad de “Ecobeauty” de Oriflame son: en primer lugar la acreditación “Ecocert natural” que garantiza que los ingredientes naturales y orgánicos de nuestros productos acreditados son obtenidos de una manera ética. Los criterios en la formulación son: Ingredientes Naturales (95% mínimo total), Ingredientes Orgánicos (5% mínimo total, 50% plantas), Procesos Aprobados: formulación aprobado, procesos de Fabricación aprobados, empaques aprobados, arte y comunicación aprobado. En segundo lugar la certificación “Fairtrade”, significa condiciones más justas de comercio y oportunidades para los productores de los países en desarrollo para invertir en sus negocios y comunidades para un futuro sostenible. La gama de productos suavizantes de Ecobeauty contiene ingredientes naturales obtenidos éticamente de comunidades en situación de desventaja, como: La manteca de karité de UGPPK Unión de Productores de Mantequilla de Karité Burkina Faso, África Occidental y el aceite de coco de la FT Alianza de Kerala en la India. En tercer lugar la acreditación de “Vegan Society”, que promueve la reducción de la utilización de animales, y apoya la reducción de sufrimiento animal. Ningún ingrediente derivado de animales se ha utilizado en la producción o fabricación de productos Ecobeauty. Los productos ECOBEAUTY son apropiados para vegetarianos estrictos. En cuarto lugar la certificación “FSC” (Forest Stewardship Council) que promueve la gestión responsable de los bosques del mundo y cuenta con el apoyo de las principales

organizaciones ambientales. Entre ellas WWF y Greenpeace. Más de 140 millones de hectáreas de bosques en todo el mundo, en más de 80 países, han sido acreditadas según las normas del FSC. El papel de los empaques usados en Ecobeauty procede de bosques manejados de manera responsable.

Entonces, Ecobeauty es la línea de productos más natural, ecológica y ética de la marca Oriflame. Sus productos están diseñados con gran cuidado, respeto por la naturaleza y la sociedad, sin que por ello disminuya su efectividad. En consecuencia, dichos productos responden a las exigencias del denominado marketing verde y son tan exitosos que su prestigio se proyecta a sus consumidores, de ahí que se diga: el consumidor o consumidora de Ecobeauty es bello/a naturalmente, respeta el medio ambiente, es eco-consciente, es socialmente responsable y tiene conciencia ética.

El marketing verde de Ecobeauty se plasma en las siguientes atingencias:

- ¿Son los productos de Ecobeauty Orgánicos? Los productos de Ecobeauty cumplen con los estándares naturales de Ecocert, esto significa que un mínimo de 95% del total de ingredientes tienen origen natural y por lo menos un 5% del total de los ingredientes de la fórmula son orgánicos. Algunos de estos ingredientes orgánicos incluyen: Aceite de coco, Glicerina, Tapioca, Agua de avellana, alcohol y manteca de Karité.
- ¿Hay algún preservante en los productos de Ecobeauty? Sí, los preservantes en las fórmulas de Ecobeauty son naturales o idénticos a los naturales y son aprobados por Ecocert. Todos los productos de Ecobeauty son libres de parabenos de acuerdo a los requerimientos de Ecocert.
- ¿Tienen todos los productos de Ecobeauty la misma fragancia? Todas las categorías de productos de Ecobeauty tienen una esencia natural diferente, que te permitirá experimentar una fragancia única.
- ¿Para qué tipo de piel y edad son adecuados los productos de Ecobeauty? Los productos de Ecobeauty han sido formulados para todos los tipos de piel y para cualquier edad y pueden ser usados todos los días.
- ¿Pueden las personas con piel sensible usar los productos de Ecobeauty? Aunque los productos de Ecobeauty contienen ingredientes suavizados pero eficaces, no han sido específicamente formulados para personas con piel sensible.
- ¿Puedo usar productos de Ecobeauty que contengan aceite de coco si es que soy alérgico al coco? El aceite de coco utilizado en productos de Ecobeauty, no contienen la proteína responsable de las reacciones alérgicas. Sin embargo, las personas alérgicas al coco que experimenten reacciones alérgicas con los productos, deben dejar de usarlos.
- ¿Qué hace tan especiales y únicos a la Crema de Manos y el Gel de Ducha de Ecobeauty? Estos productos entregan hidratación intensa, protección y una sensación de mayor confort en la piel. Están acreditados también por estas tres organizaciones: Fairtrade, Ecocert y Vegan Society.
- ¿Cuál es la diferencia entre los productos Nature Secrets y Ecobeauty? Nature Secrets es para tus necesidades de cuidado diario, de tu cabello y cuerpo con una combinación de plantas naturales y extractos de frutas. Ecobeauty tiene los más altos niveles de ingredientes naturales con ingredientes adicionales orgánicos y Fairtrade, y están acreditados como tales de manera independiente, con un rendimiento comprobado del producto.
- ¿Qué hace de Purescence by Ecobeauty Eau de Toilette tan especial y única? Purescence by Ecobeauty es la primera fragancia de Oriflame 100% natural. Está

también acreditada por las cuatro organizaciones: Fairtrade, Ecocert, Vegan Society y Forestry Stewardship Council (FSC).

- ¿Cuál es la diferencia entre alcohol natural, orgánico y sintético? Los alcoholes orgánico y natural se obtienen de plantas naturales. Sin embargo, el alcohol orgánico se produce siguiendo estrictos procesos a lo largo de todo el ciclo de producción. El proceso se controla y acredita por un organismo de acreditación externo. El alcohol sintético utiliza procesos que no son aprobados desde una perspectiva natural y no es usado en nuestra Ecobeauty Eau de Toilette

Tal como se puede apreciar, las características de productos ecológicos o naturales son: productos de alta calidad, productos naturales, productos con bajo impacto ambiental, productos con magníficos resultados. Oriflame es la primera marca de cosméticos global, con acreditación ética y natural de cuatro organizaciones independientes como Fairtrade, Ecocert, Vegan y Fsc.

BIBLIOGRAFÍA:

- 1) **Acovedi.** (2010). *Asociación colombiana de venta directa*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de Asociación colombiana de venta directa: <http://www.acovedi.org.co/venta-directa/tipos-de-venta-directa/>
- 2) **Bureau, V.** (2012). *El certificado de salud*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de El certificado de salud: <http://arr.carm.es/Agencia/doc/CertificadoDeCalidad.pdf>
- 3) **Plan, V.** (2010). *Plan Verde*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de Plan Verde: <http://www.planverde.df.gob.mx/planverde/ecomundo/69-miscelanea/598-ique-es-el-marketing-verde.html>
- 4) **SENM.** (28 de Noviembre de 2012). *Sociedad española de nutraceutica médica*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de Sociedad española de nutraceutica médica: <http://www.nutraceuticamedica.org/definicion.htm>

