

## **Nota de Actualidad Número 79 – Setiembre de 2010**

### **¿Qué significa Marketing Verde?**

Constanza Schriefer  
Coordinadora Académica del Área Marketing  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Palermo

Se usan como sinónimos los conceptos de Marketing Verde, Marketing Ecológico y Marketing Sustentable.

La American Marketing Association define "Green Marketing" como el marketing de productos que son seguros para el medio ambiente. Además el marketing verde incorpora actividades como: modificaciones al producto, el proceso productivo, cambios en el packaging y en la comunicación. No es una tarea fácil definirlo dado que muchas definiciones se interrelacionan y contradicen.

Ecología es la rama de las ciencias biológicas que se ocupa de las interacciones entre los organismos y su ambiente (sustancias químicas y factores físicos).

La palabra ecología fue utilizada por primera vez por en 1869 por el prusiano Ernst Haeckel. En alemán se escribe "Ökologie", la forman las palabras griegas oikos (casa, vivienda, hogar) y logos (estudio o tratado), por ello Ecología significa "el estudio de los hogares" y el mejor modo de gestión de ellos.

Entonces podemos decir que el Marketing Ecológico tiene en cuenta el impacto que genera en el entorno natural.

El término desarrollo sustentable fue expresado por primera vez en el Informe Brundtland (1987), en la Cumbre de Rio en 1992. Fue expuesto como uno de los principios fundamentales. Su definición es: "el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades".

Kotler define el marketing para la sociedad como una organización comprometida considerando los deseos e intereses de los consumidores, las necesidades de la empresa y los intereses de la sociedad a largo plazo.

De todas estas definiciones podemos extraer las siguientes reflexiones:

- Definir Marketing Verde no es una tarea sencilla dado la cantidad de variables que hay que tener en cuenta el cuidado del medio ambiente. No es tarea simple el desarrollo de nuevos productos si tenemos en cuenta la necesidad de minimizar su impacto ambiental.
- El cuidado de nuestros hogares de donde deriva parte de la palabra Ecología tiene que estar presente. Hay que cuidar nuestro hogar en un sentido amplio, es decir nuestro Planeta Tierra. Cuidarlo es cuidar el agua, el aire y el suelo.

- Tener en cuenta el impacto en generaciones futuras es fundamental. Usamos los recursos naturales como si fueran infinitos y claramente no lo son.
- El Marketing es la disciplina por la cual las empresas acercan sus productos a los consumidores aplicando diversas estrategias y tácticas para poder obtener una ecuación rentable en el intercambio. Ahora bien, teniendo en cuenta las definiciones anteriores esta disciplina tiene el desafío de desarrollar productos pensados desde el contenido de sus componentes hasta cómo va el consumidor deshacerse del producto.

Si el objetivo de las organizaciones es un "greenwashing" o lavado de cara verde estamos frente a acciones enfocadas en el corto plazo que poco entienden de lo que está pasando realmente con nuestro Planeta Tierra.

No es tarea sencilla la que tenemos frente a nuestros ojos, pero es una responsabilidad ineludible de todos, y más de todos aquellos que tenemos conocimientos y capacidad de gestionar cambios.

**Center for Business Research and Studies  
Graduate School of Business  
Universidad de Palermo**

Av. Madero 942, 8º piso  
C1106ACV – Buenos Aires, Argentina  
Tel. (5411) 5199-1399  
[www.palermo.edu/gsb](http://www.palermo.edu/gsb)

**Director:**

Daniel Seva  
[dseva@palermo.edu](mailto:dseva@palermo.edu)

**Coordinador general de investigación:**

Diego Gauna  
[dgauna@palermo.edu](mailto:dgauna@palermo.edu)

**Finanzas y economía:**

Conrado Martínez  
[cmarti1@palermo.edu](mailto:cmarti1@palermo.edu)

Rubén Ramallo  
[rramal1@palermo.edu](mailto:rramal1@palermo.edu)

**Marketing:**

Gabriel Krell  
[gkrell@palermo.edu](mailto:gkrell@palermo.edu)

**Management:**

Patricio O' Gorman  
[pogorman@palermo.edu](mailto:pogorman@palermo.edu)