



Marketing Ambiental – um caminho importante para a Sensibilização!

O Marketing Ambiental, muitas vezes chamado por “marketing ecológico ou verde”, consiste numa metodologia que pretende focar as necessidades dos consumidores ecologicamente conscientes e contribuir para a criação de uma sociedade sustentável. Este conceito é muito recente, surgiu em meados do século XX, com a legislação ambiental cada vez mais exigente, associada à pressão de grupos ambientalistas e exigência pelo consumidor em ter melhor qualidade de vida.

Com o Marketing Ambiental é possível reforçar a imagem positiva frente à sociedade e posicionam seu produto ou serviço no mercado, diferenciando-o dos demais. Muitos países já introduziram os “eco-selos” ou “selos verdes”, que garantem que os produtos foram produzidos dentro de padrões severos e restritos de “qualidade ecológica” aprovados em nível nacional. Para usar o selo, a empresa submete-se a constantes supervisões e auditorias. Para os consumidores, os selos são uma referência importante na escolha e decisão de compra do produto, pois significam que a empresa está ecologicamente correta.

Já a obtenção da certificação ISO 14000 envolve a elaboração da análise do ciclo de vida do produto e do rótulo ambiental. O primeiro implica em avaliar todos os estágios de sua produção, de forma a identificar os efeitos sobre o meio ambiente dos componentes e processos. Vai desde a extração de matérias-primas, inclusive o consumo de energia para produção, até a disposição adequada e reciclagem. A certificação pode significar um elemento importante do marketing para produtos e empresas. A ISO 14.000 e o selo verde são mais um recurso de marketing à disposição no mercado, pois informam ao público e aos clientes potenciais o comprometimento da empresa com as práticas ambientais.

O marketing verde acresce vantagens para as empresas, porque busca a eficiência no uso dos materiais e também ajuda a reduzir os custos. Empresas que não responderem às questões ambientais com produtos mais seguros e ambientalmente mais saudáveis estão se arriscando a perder a sintonia com o consumidor. Ao empregar estratégias de marketing ambiental, a entidade pode aumentar sua credibilidade e legitimidade, definir sua personalidade, área de atuação e imagem, além de agregar valor à marca junto aos diversos compradores.

O grande desafio lançado às empresas, é conjugar melhoria contínua da qualidade ambiental com a economia/custo, em termos de eficiência produtiva. Alguns aspectos importantes devem ser considerados como economia de recursos naturais e energéticos, reaproveitamento de resíduos e reciclagem, comercialização de resíduos ou seu tratamento antes do lançamento na natureza, conquista de novos mercados, melhoria da comunicação com as comunidades e instâncias governamentais, inclusive com a redução de custos decorrentes de multas e indenizações.

Autor: Equipa do Ideias Ambientais

Data: 13 de Novembro de 2008

Semanalmente teremos novos artigos, cujos conteúdos, gráficos, imagens, referências, serão sempre da responsabilidade dos autores. Você poderá participar enviando-nos ideias ou assuntos que gostaria de ver aqui.

PRESERVAR E PROTEGER O AMBIENTE É UMA MISSÃO UNIVERSAL!

<http://www.ideiasambientais.com.pt>