Reflexiones del impacto del marketing ecológico en el medio ambiente

La mercadotecnia como todo el mundo la conoce desde su aparición se ha centrado y enfocado a los intereses y necesidades del consumidor y de las empresas, dejando a un lado el bienestar social a largo plazo. Pero con el paso del tiempo, la mercadotecnia ha ido cambiando y en la actualidad sus campos de acción han crecido. Un campo relativamente nuevo es la mercadotecnia ambiental, la cual, busca la creación de una sociedad renovada y consciente de la gravedad de los problemas ambientales con los que se está viviendo.

El marketing ecológico tiene que aplicar principios y técnicas a los programas o acciones encaminadas a contribuir con el bienestar de la sociedad, es decir, modificar ideas, creencias, actitudes y valores con el fin de mejorar la vida dentro de una colectividad. Esto con el objetivo de trabajar para que el ser humano adquiera una inteligencia ecológica para actuar sin afectar los sistemas ecológicos, sobre todo el del agua que se ha visto afectado por el cambio climático, el calentamiento global y el problema del efecto invernadero entre otros.

Para concluir enuncio el pensamiento entorno a este grave problema de Al Gore político e importante ecologista estadounidense ganador del premio nobel de la paz en el año 2007:

"Ver a la tierra tal como es realmente, pequeña y azul y hermosa en ese silencio eterno en el que flota, es vernos a nosotros unidos como tripulantes de esa tierra, hermanos en esa brillante belleza en el frío eterno; hermanos que ahora saben que verdaderamente lo son. Cada uno de nosotros es una causa del calentamiento global, pero, a la vez, cada uno de nosotros puede convertirse en parte de la solución" *(Gore, 2007,10).*