

Estrategia de Marketing para la Revalorización de Plásticos

Diseñar una estrategia de marketing verde para la revalorización del plástico puede ayudar a promover los beneficios de revalorizar los residuos plásticos y fomentar hábitos de consumo más sostenibles. ¡Aquí hay algunos elementos clave a considerar al diseñar una estrategia de marketing para la revalorización de plásticos!

Introducción

Abordar la problemática de los residuos plásticos es la prioridad de la agenda de la Unión Europea y la necesidad para la creación de una Europa innovadora y circular. A pesar de que los residuos plásticos son un tema candente en todo el continente, la enorme cantidad de residuos plásticos no se está revalorizando y, por lo tanto, no vuelve a la cadena de suministro [1].

A pesar del aumento de la conciencia sobre el problema, todavía estamos esperando acciones concretas hacia este objetivo. Cambiar el comportamiento del consumidor no es una tarea fácil, pero las empresas pueden desempeñar un papel esencial para influir en los "hábitos plásticos" de los clientes [2].

La estrategia de marketing es una de las herramientas poderosas que pueden cambiar las preferencias de compra de los clientes. Así, el marketing tiene un gran impacto en las decisiones futuras de los consumidores y en cómo piensan (o no) sobre el problema de la creciente cantidad de plástico de un solo uso que tiene efectos devastadores en el planeta [3].

Descripción

El poder del marketing radica en su alcance global, en la difusión de la conciencia y en la creación de un movimiento en torno al problema. El objetivo de la campaña de marketing no se trata solo de dar a los consumidores y productores la sensación de conciencia, sino al mismo tiempo de enseñarles a comprender las consecuencias de sus acciones de compra en el medio ambiente [3].

¿Cómo se puede crear un marketing que tenga un impacto positivo en la lucha contra la contaminación por plásticos de un solo uso?

Sigue estos pasos y cambia tu forma de realizar campañas de marketing:

1. **Ten un propósito más amplio:** la tendencia sostenible y la necesidad están cambiando la perspectiva de un éxito económico exclusivo hacia uno de éxito en la sociedad en general. Las empresas innovadoras buscan una misión social que tenga un impacto positivo en las personas y el medio ambiente [4].
2. **Genera conciencia:** es el primer paso para educar a los clientes sobre cómo reducir la producción de residuos plásticos, cuál es el efecto de su comportamiento en el planeta y cuáles son los problemas y beneficios asociados. Una forma sencilla de hacerlo es a través de las redes sociales y campañas [3]. Además, la educación también es una forma de construir la lealtad de los clientes [4].
3. **Identifica plásticos de un solo uso y no reciclables:** como empresa con un propósito ecológico superior, debes pensar en tu propio uso de plásticos, identificar los productos y materiales que no son reciclables y encontrar alternativas o descubrir una forma de procesar tus residuos plásticos para crear un nuevo producto y dar ejemplo [5].
4. **Promociona alternativas sostenibles:** otra forma de educar sobre el impacto negativo del plástico de un solo uso es mostrar a los clientes cuáles son las alternativas, incluidas las soluciones innovadoras de revalorización del plástico y por qué son más respetuosas con el medio ambiente. Intenta encontrar soluciones que no solo sean sostenibles, sino también económicamente más efectivas [3].

5. **Apoya negocios sostenibles:** aludiendo al apoyo a modelos de negocio sostenibles, su crecimiento y al mismo tiempo la reducción de residuos de plástico y nuevas formas de eliminación de plásticos. Las empresas pueden promover tales negocios e implementar el enfoque seleccionado en sus operaciones. Tales comportamientos comunes podrían impulsar las prácticas de informes sostenibles [3] según los [estándares de GRI](#), un conjunto modular fácil de usar que proporciona a las organizaciones (pequeñas/grandes, públicas/privadas) una visión de sus impactos en el medio ambiente, la economía y las personas.
6. **Sé orientado al cliente:** no estés solo al crear una estrategia de marketing sostenible. Pregunta a la audiencia qué les interesa más, ya sea ecología, transparencia o una misión social. Permíteles que te cuenten sus necesidades, trata de entenderlas y luego adapta el marketing en consecuencia [4].
7. **Cambia el comportamiento del consumidor:** no se puede hacer de la noche a la mañana. Aunque es una meta a largo plazo, la estrategia de marketing debe centrarse en pequeños pasos continuos que tendrán un gran impacto acumulativo en el medio ambiente al final del día [3].
8. **Utiliza envases y productos sostenibles:** proporcionar información sobre cómo se produjo el producto o utilizar materiales reciclados para su embalaje es una forma directa y eficaz de llamar la atención de los clientes sobre los productos de la empresa [3].
9. **Establece un objetivo para reducir el uso de plásticos de un solo uso:** puede ayudarte a tomar medidas adicionales para encontrar formas alternativas de minimizar la contaminación por plásticos de productos de un solo uso no reciclables o frecuentemente arrojados [5].

Como empresa, especialmente un fabricante que ya ha implementado las acciones mencionadas anteriormente en sus operaciones, puedes inspirarte en los siguientes pasos para ir más allá en la minimización de la contaminación en el ciclo de vida de los productos de plástico.

10. **Aumenta la disponibilidad de datos y realiza evaluaciones del ciclo de vida (LCA):** uno de los puntos de partida de cada estrategia de marketing es la disponibilidad de datos necesarios para una mejor comprensión de la producción de plástico y sus impactos a lo largo de la vida del producto. LCA es una herramienta valiosa que ayuda a determinar el valor y las externalidades de los productos de plástico, es decir, los impactos ambientales, sociales, de salud y económicos de los productos de plástico desde su producción hasta el final de su uso. Proporcionar la LCA y poner los datos a disposición del público y otros interesados es crucial para el proceso de toma de decisiones [5].
11. **Utiliza estándares sostenibles, certificaciones, ecoetiquetas y pautas de diseño:** estas son herramientas y técnicas útiles que disminuyen los impactos negativos en el medio ambiente y promueven los principios de la economía circular. Las certificaciones o ecoetiquetas deben proporcionarse en los productos o su embalaje y, así, promover la estrategia de marketing sostenible de la empresa [5].
12. **Mejora los criterios de compra "verde":** elige socios comerciales en función de criterios sostenibles que puedan incluir productos con contenido reciclado, productos reutilizados o productos con certificaciones. Los esfuerzos comunes sostenibles y la colaboración con interesados tienen un mayor impacto y pueden ser una parte valiosa de tus objetivos de marketing. No olvides informarnos sobre la exitosa cooperación a través de tus canales en línea [5].

La creación de un futuro sostenible implica la visión a largo plazo, ya seas una empresa establecida o un nuevo emprendedor en el mercado. La economía circular tiene como objetivo devolver los materiales y productos a la economía en su "final de vida", que no existe en una perspectiva circular. Las consideraciones clave de tu estrategia de marketing deben centrarse en comprender a los clientes, proporcionar soluciones simples y múltiples en situaciones individuales y culturales [2]. La narración del mensaje o ayudas visuales como videos o infografías también pueden impulsar tu acción de marketing positiva.

El propósito de las estrategias de marketing sostenible es complejo y no solo se trata de ganar dinero. Sin embargo, muchas empresas siguen prácticas de "lavado verde" que proporcionan a los clientes información falsa sobre sus productos y servicios. Ten en cuenta que un futuro sostenible es el objetivo general de la prosperidad económica, ambiental y social.

Estudios de caso y Ejemplos

Cada día se compran hasta 15 mil millones de cigarrillos en todo el mundo. Las colillas que quedan después de fumar son una gran carga para la naturaleza y su descomposición lleva de cuatro a doce años. El proyecto EcoButt se enfoca en resolver el problema de los residuos de cigarrillos, que se produce en enormes cantidades en todo el mundo. Específicamente, se dedica a la recogida y posterior reciclaje de filtros de cigarrillos.

Según su autor, la idea de reciclar filtros de cigarrillos está respaldada científicamente por varios estudios, cuyos resultados son muy favorables. Los filtros de cigarrillos representan una grave amenaza para el medio ambiente. Más de la mitad de los cigarrillos vendidos terminan en el suelo. El filtro en el cigarrillo sirve para la absorción, por lo que las colillas contienen más de 6,000 sustancias tóxicas y cancerígenas, que contaminan debido a la lluvia: el suelo donde cultivamos nuestros cultivos, el agua que todos bebemos y el ecosistema, el hogar de animales, plantas y nosotros.

La investigación ha demostrado que un filtro de cigarrillo contamina hasta 5 litros de agua a condiciones incompatibles con la vida de un organismo normal. Durante un estudio en la Universidad RMIT en Australia, se descubrió que al incorporar filtros de cigarrillos en la mezcla de asfalto, se reduce el efecto isla de calor, lo que significa que en días calurosos de verano, el calor radiante del asfalto es absorbido precisamente por los filtros de cigarrillos, y así la temperatura en las ciudades disminuye entre dos y tres grados.

Actualmente, los implementadores del proyecto están pasando por una fase de aceleración, donde se concentran en elegir clientes y empresas adecuadas que les ayudarán con estos residuos peligrosos y harán que nuestro entorno sea más hermoso y limpio.

¿Cómo implementó la empresa el proceso/concepto/estrategia del tema?



La empresa EcoButt es un excelente ejemplo de marketing creativo y actualizado para la revalorización del plástico. Al elegir el contaminante controvertido pero significativo y perjudicial: las colillas de cigarrillos, el fundador, con su carisma y su historia única, vende su tecnología al público en general.

¿Quién no está interesado en limpiar los espacios públicos de los omnipresentes cigarrillos y colillas? ¡Hacerlo de manera ecológica y devolver los materiales valiosos a los ciclos técnicos y de producción es una idea genial!

¿Qué datos, detalles o resultados se pueden considerar como un buen ejemplo del tema? Cantidad de colillas tóxicas utilizadas recicladas en toneladas por año [6].



Recursos

Enlaces:

- [1] <https://www.socialinnovationacademy.eu/re-valuing-plastic-social-innovation-means-reduce-revalue-plastics/>
- [2] <https://www.sustainability.com/thinking/engaging-consumers-to-reduce-and-recycle/>
- [3] <https://zerowasteoutlet.com/blogs/zero-waste-dad-blog/the-role-of-marketing-in-tackling-the-plastic-problem>
- [4] <https://blog.hubspot.com/marketing/sustainable-marketing>
- [5] https://www.epa.gov/system/files/documents/2023-04/Draft_National_Strategy_to_Prevent_Plastic_Pollution.pdf
- [6] <https://ecobutt.com/>