
LA ECONOMÍA CIRCULAR

PARA LA CONSTRUCCIÓN DE
PROYECTOS SOSTENIBLES



PAULA ANDREA
SIABATO



Profesional en Mercadeo y Publicidad, Magíster (MBA) en Sostenibilidad y Responsabilidad Social de la Universidad de Exeter en Inglaterra.

Gerente de comunicaciones de Solidaridad Colombia <http://www.solidaridadnetwork.org/>

Sancho BBDO

JWT

Alpina S.A.

También cuento con experiencia laboral como docente en dos importantes Universidades de Colombia.

co.linkedin.com/in/paulasiabato/
psiabatto@gmail.com
(+57) 313-4371707



PAULA ANDREA
SIABATO

¿QUÉ VEREMOS EN ESTA CHARLA?

1. Los humanos en la Tierra y el estado actual del planeta

2. La Economía Circular como antídoto y prevención

3. 10 principios de comunicación para la economía circular



LOS HUMANOS EN LA TIERRA Y
EL ESTADO ACTUAL DEL
PLANETA

La Tierra tiene entre 4,400 y 4,510 millones de años. Sin embargo la evolución de los grupos de primates, hacia lo que hoy en día conocemos como homosapiens, se vino a dar hace unos 60 millones de años.

Esto quiere decir que nuestro **planeta vivió sin nosotros durante 4,450 millones de años aproximadamente.**



Huella ecológica

Todas las actividades humanas requieren por lo menos uno de los componentes que forman la huella ecológica.

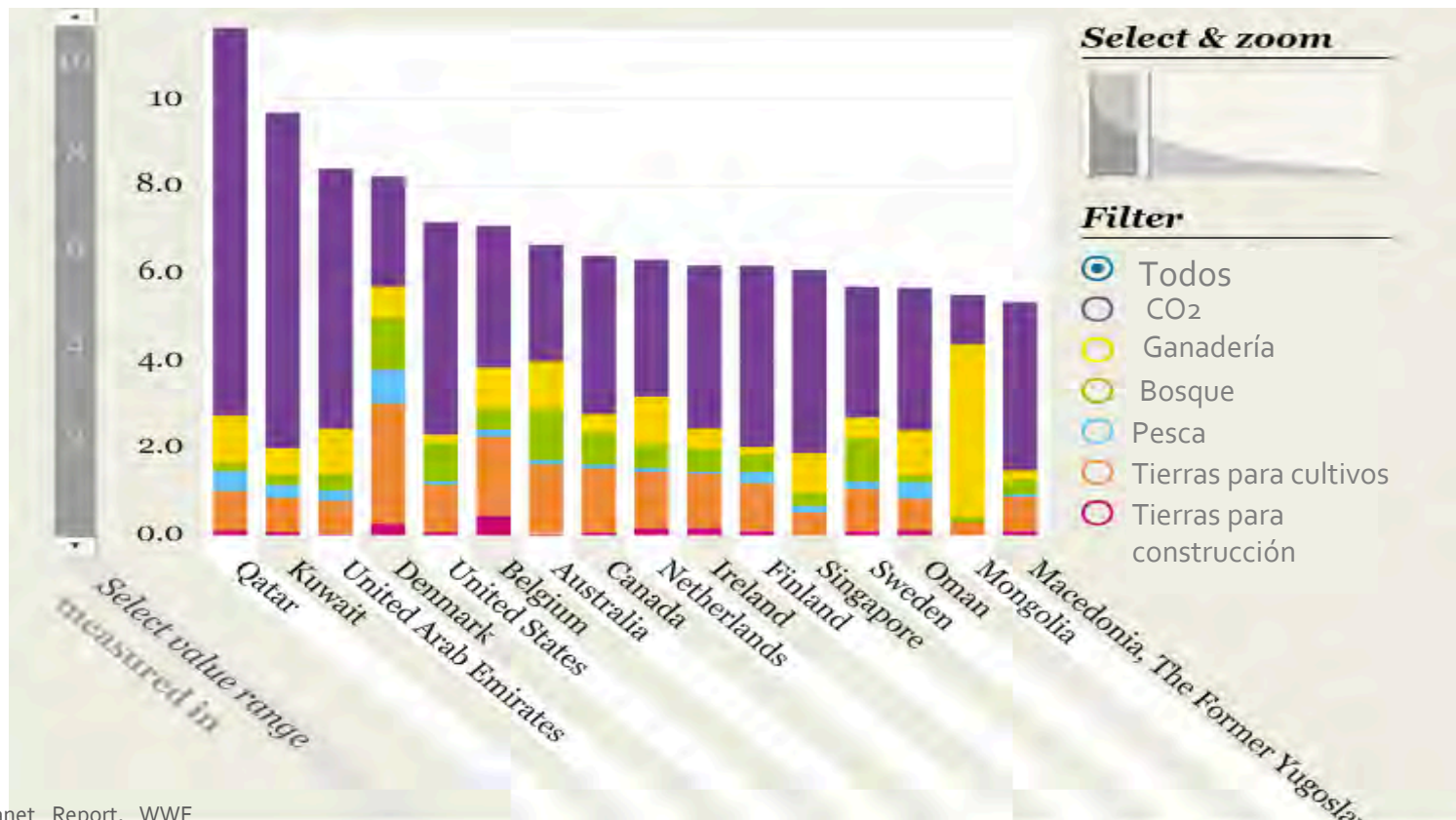
Es una medición que compara el consumo humano versus la capacidad regenerativa de la Tierra para volver a crear los recursos que hemos tomado.



Sus componentes son:

- Área de bosque que se requiere para absorber las emisiones de
- Área en tierras para la ganadería
- La deforestación ocasionada para producir papel, madera y combustibles.
- Pesca y explotación marítima
- Área en tierras para cultivos alimenticios.
- Área de tierra que los humanos han utilizado para la construcción

También podemos observar los 16 países con mayor huella ecológica en el mundo, siendo el CO2 el componente de mayor impacto.



La huella ecológica mundial ha venido incrementando debido a el crecimiento de la población, los avances tecnológicos e industriales y el crecimiento del poder adquisitivo de las personas.

Este crecimiento nos ha demostrado que los humanos vivimos como si tuviéramos un planeta extra a nuestra disposición.



Somos la única especie en la Tierra que no vive de una manera sostenible ya que utilizamos 50% más de los recursos que ella nos puede proporcionar.

Este consumo acelerado nos está trayendo consecuencias serias en el largo plazo que afectan a las sociedades y el medio ambiente.



En nuestro país contamos con un sistema que nos permite conocer nuestra huella ecológica.

<http://goo.gl/I0bpu4>



**¿Sabes cual es
tu huella ecológica?**

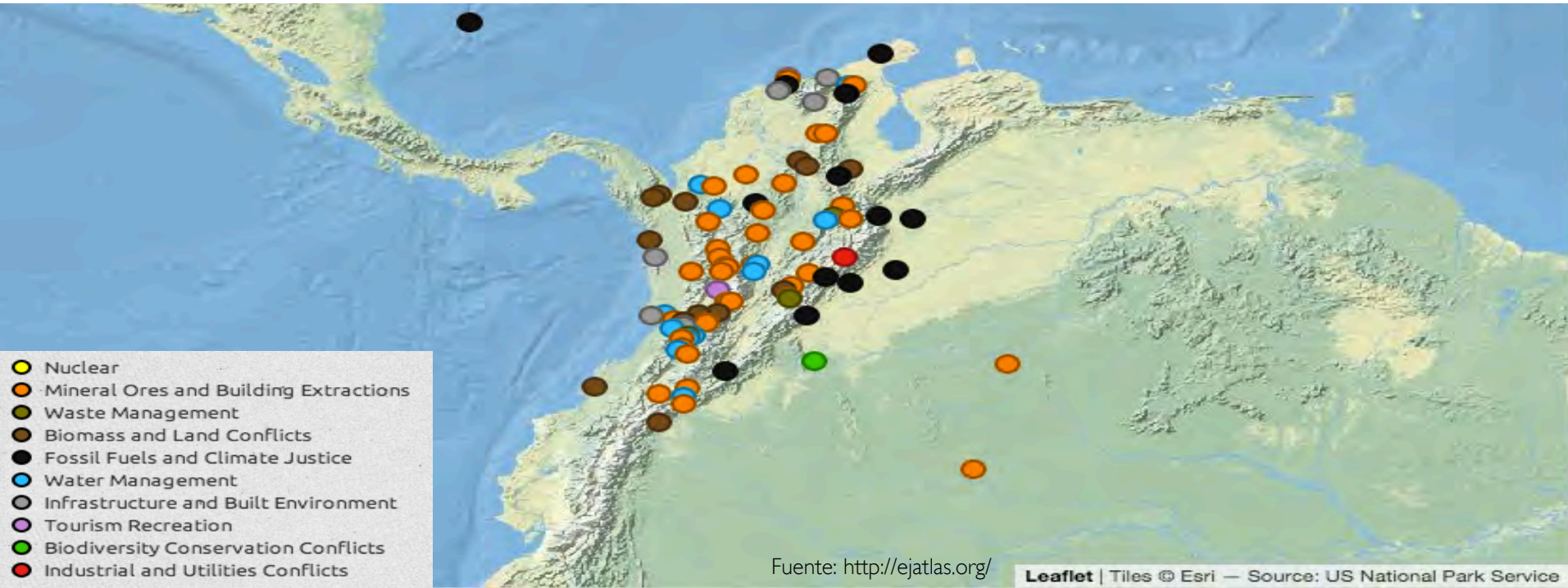
**Entra aquí y mira el impacton que genera
tu estilo de vida en el planeta**

Más información

De acuerdo con el [Atlas Mundial de Justicia](#), financiado por la Unión Europea, se identifican 1,172 conflictos socio ambientales a nivel mundial causados por el desarrollo de la actividad humana.

En Colombia suceden 89 del total de conflictos.

Somos el segundo país, después de India, con mayores retos ambientales en el mundo, siendo la minería, el manejo de recursos hídricos y la producción de combustibles los más relevantes.



Calentamiento Global

En el pasado, el clima tuvo un impacto continuo en la formación de la tierra, nuestra evolución como especie humana y la extinción de algunas especies. Hoy en día, el propio clima está siendo moldeado por la civilización.



Los siguientes videos evidencian el derretimiento de los polos a lo largo de 1980 hasta 2012 y a lo largo del 2014, en un registro llevado a cabo por la NASA.

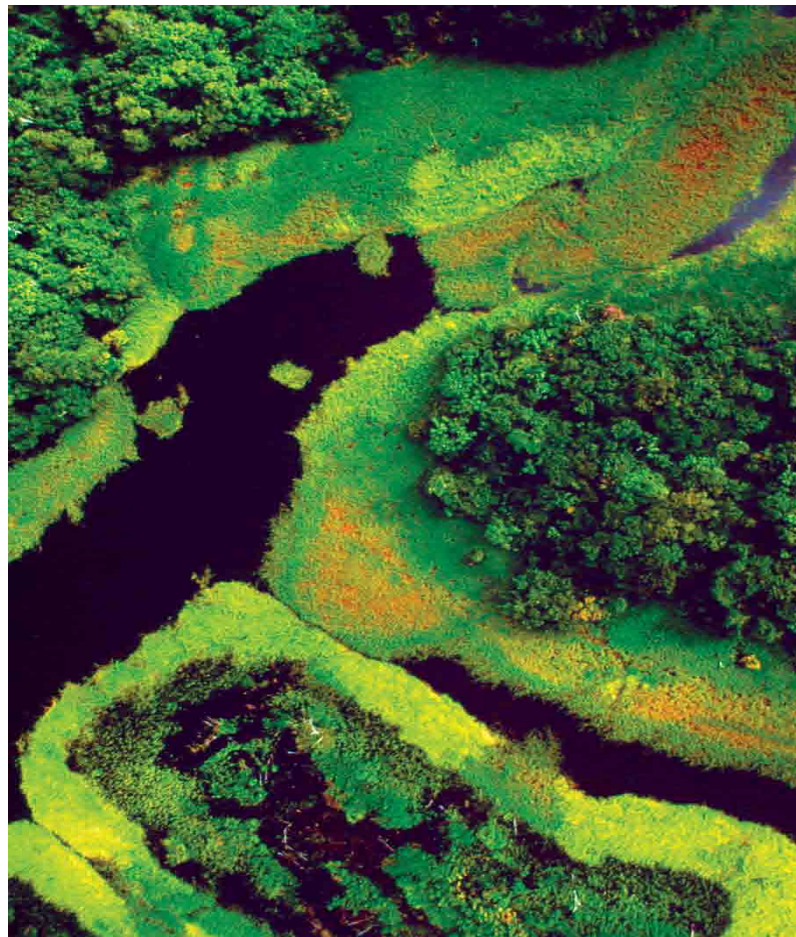


Pérdida de Biodiversidad

Colombia es un país rico en fauna y flora.

Sin embargo hemos perdido más de 300,000 hectáreas de bosque al año debido a la deforestación, cultivos ilícitos, minería ilegal, prácticas agropecuarias no sostenibles, incendios forestales y el desplazamiento poblacional a las urbes.

Hemos perdido un tercio de los manglares y se han identificado 1,500 especies en el territorio colombiano que están en peligro de extinción.




Rio Negro Forest Reserve, Amazonas, Brazil. Flooded forest during rainy season. Aerial view of floating vegetation.

Minería Ilegal

En Colombia vivimos la paradoja de ser un país muy rico y muy pobre al mismo tiempo y la minería ilegal es una muestra de esta situación.



Pobreza



Población
Mundial
7.3 billones

Personas
pobreza extrema
1.4 billones

Población
Colombia
47.9
millones

Pobreza
extrema
4.2 millones
9,1%

De acuerdo al Banco Mundial, se considera que una persona vive en pobreza extrema si sus ingresos son menores a \$1.25 dólares al día.

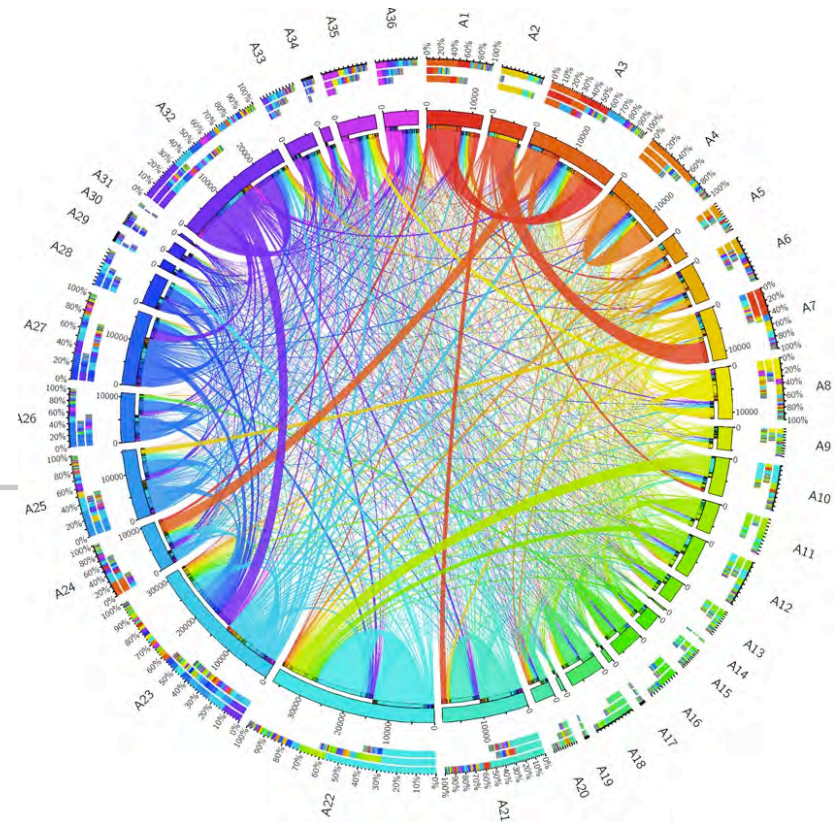
¿POR QUÉ A PESAR DE TODAS LAS RIQUEZAS NATURALES QUE TENEMOS Y EL CONJUNTO DE CORPORACIONES EXITOSAS QUE EXISTEN EN COLOMBIA SIGUE HABIENDO POBREZA?

“La Inequidad no es solo perjudicial para la justicia social sino para el desarrollo económico de las naciones”. — Oxfam, June 2000



La inequidad en la que vivimos y los impactos negativos de nuestro desmesurado desarrollo y consumo llevaron a grandes pensadores a crear un nuevo concepto que busca garantizar que los humanos podamos seguir viviendo en el planeta tierra.

LA ECONOMÍA CIRCULAR COMO ANTÍDOTO Y PREVENCIÓN



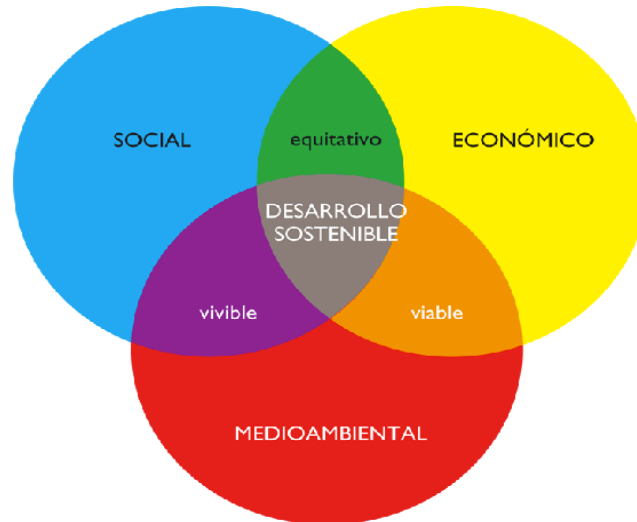
¿Qué es la sostenibilidad?

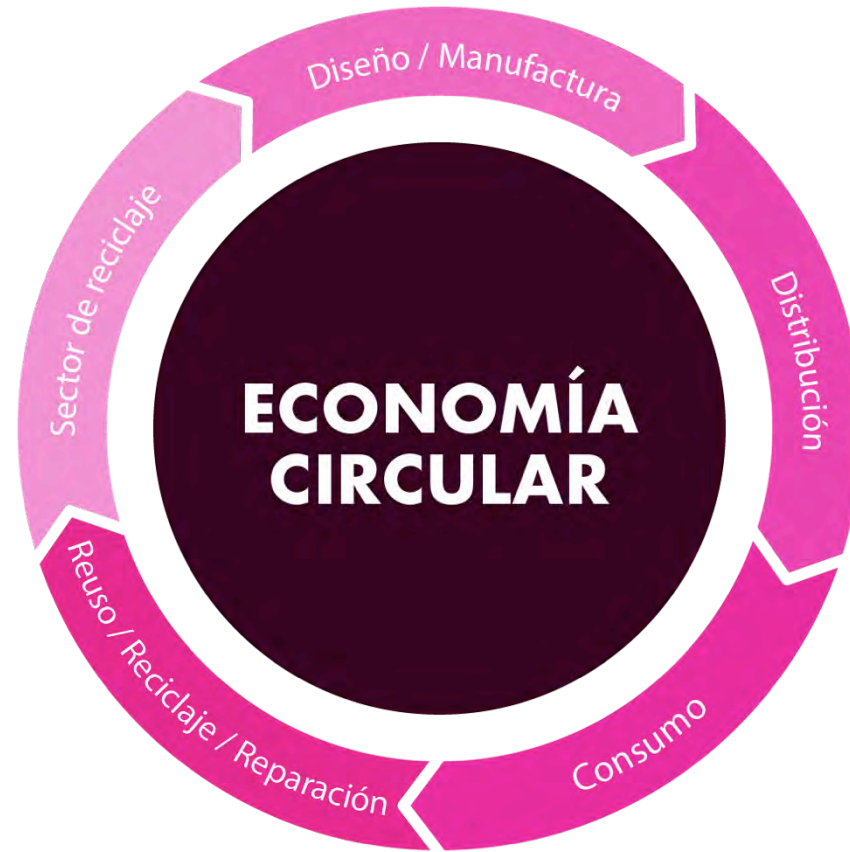
"Es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias Necesidades".



Tiene como objetivo la equidad intergeneracional; cada generación debe ser justa con la siguiente generación.

Cabe aclarar que el desarrollo sostenible no busca desacelerar el desarrollo económico y tampoco está relacionado con tácticas asistencialistas de corto plazo como las donaciones de caridad.





Es circular porque cierra un ciclo, contrario al sistema tradicional lineal.

Es un modelo de desarrollo sostenible donde la producción de bienes y servicios opera como en la naturaleza: el residuo se convierte en fuente y alimento para el crecimiento de algo nuevo.

Se reduce el consumo y el desperdicio de materia prima, agua y fuentes de energía reconstruyendo capital financiero, de producción, humano, social o natural.

Principios de la Economía Circular:

1

Diseñar a partir de los desechos:

La basura deja de existir para convertirse en nuestra materia prima ya que todos los materiales hechos por el hombre deben ser diseñados para ser reutilizados. Reciclaje y compostaje.

2

Construir a través de la diversidad:

Diseños modulares, versatilidad en materiales y productos terminados y adaptabilidad son características que toda creación humana debe tener.

3

Utilizar fuentes de energía renovables:

Así como la agricultura funciona gracias a la energía solar, los demás sistemas de producción deben considerar fuentes distintas a las derivadas del petróleo y la quema de biocombustibles.

4

Pensar en sistemas:

Siempre tener en cuenta que todo lo que hagamos beneficia o afecta de manera directa o indirecta a otro.

5

Utilizar fuentes de energía renovables:

Así como la agricultura funciona gracias a la energía solar, los demás sistemas de producción deben considerar fuentes distintas a las derivadas del petróleo y la quema de biocombustibles.

6

Pensar en sistemas:

Siempre tener en cuenta que todo lo que hagamos beneficia o afecta de manera directa o indirecta a otro.

LINEAR ECONOMY

TAKE > MAKE > DISPOSE



WASTE

TECHNICAL & BIOLOGICAL
NUTRIENTS ALL MIXED UP



SOMETHING USEFUL

CIRCULAR ECONOMY

TECHNICAL
NUTRIENTS

BIOLOGICAL
NUTRIENTS



LIVING SYSTEMS

10 PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR





Born gentle

PROUD mothers, please forgive us if we too feel something of the pride of a new parent. For new Philip Morris, today's Philip Morris, is delighting smokers everywhere. Enjoy the gentle pleasure, the fresh unfiltered flavor, of this new cigarette, born gentle, then refined to special gentleness in the making. Ask for new Philip Morris in the smart new package.



King Size
or
Regular
Soft-open
Pack

New Philip Morris...gentle for modern taste

envisioningtheamericandream.com



Every doctor in private practice was asked:
—family physicians, surgeons, specialists...
doctors in every branch of medicine—
“What cigarette do you smoke?”



According to a recent Nationwide survey:

More Doctors Smoke Camels *than any other cigarette!*

Not a guess, not just a trend...but an actual fact based on the statements of doctors themselves to 3 nationally known independent research organizations.

THE
“T-ZONE” TEST
WILL
TELL YOU

The “T-Zone”—T for taste and T for throat—is your own laboratory, your guiding pencil, for any cigarette. For only your taste and your throat can decide which cigarette tastes best to you...and how it affects your throat. On the basis of the experience of many, many millions of smokers, we believe Camels will win your “T-Zone” test “T.”

Yes, your doctor was asked...along with thousands and thousands of other doctors from Maine to California... And they've named their choice—the brand that more doctors named as their smoke is *Camel*! Three nationally known independent research organizations found this to be a fact. Nothing unusual about it. Doctors smoke for pleasure just like the rest of us. They appreciate, just as you, a mildness that's cool and easy on the throat. They too enjoy the full, rich flavor of expertly blended costlier tobaccos. And they named Camels...more of them named Camels than any other brand. Next time you buy cigarettes, try Camels.

envisioningtheamericandream.com

GREENWASHING



“Las comunicaciones son como un cuchillo; puedes preparar una deliciosa cena para toda tu familia o apuñalar a tu esposa en la cocina por la espalda.”

Goodvertising

Es comunicar iniciativas que nos inspiran para vivir en un mundo mucho mejor.

Son historias sobre las buenas causas, sobre cambios en la cadena de valor, compromisos en comercio justo, etc..

No se trata de estar en contra de las compañías ni promover el des-aceleramiento del consumo.

Se trata de consumir conscientemente.

Fuente: <http://www.goodvertisingagency.com/>



<http://thomaskolster.com/>

#1 El beneficio propio

Ok, muy lindo pero...¿qué hay para mi?

Presentar claramente cuál es el problema que queremos mitigar o la situación que queremos corregir.

Exponer el beneficio específico que las personas obtendrán si desean ser parte de nuestro plan.

LOVE FOOD hate waste

Whatever food you love, we
can help you waste less and
save you money

**CLICK YOUR COUNTRY TO
VISIT YOUR LOCAL SITE**

Remember my choice



**FOOD
LOVERS**
save money

You can save up to £50
a month by throwing
away less food.

www.wasteaware.org.uk



#2 Siempre dentro del marco de la honestidad

Mantener nuestras audiencias informadas sobre los objetivos y el proceso de las estrategias de sostenibilidad de una manera transparente.

Admitir cuando las cosas se salen de control o simplemente no salieron como pensábamos.

Estar dispuestos a aclarar cualquier tipo de duda.



IMPROVING HEALTH & WELL-BEING

BY 2020 WE WILL HELP MORE THAN A BILLION PEOPLE TAKE ACTION TO IMPROVE THEIR HEALTH AND WELL-BEING. WE HAVE HELPED 303 MILLION PEOPLE TAKE ACTION TO IMPROVE THEIR HEALTH AND WELL-BEING.

1 HEALTH & HYGIENE

By 2020 we will help more than a billion people to improve their health and hygiene. This will help reduce the incidence of life-threatening diseases like diarrhoea.



303 MILLION PEOPLE REACHED BY END 2013.



Reduce diarrhoeal and respiratory disease through handwashing



Provide safe drinking water



Improve access to sanitation



Improve oral health



Improve self-esteem



achieved: 2



on-plan: 7



off-plan: 2



of target achieved: 1

#3 Compartir lo positivo en lugar de lo negativo

A nadie le gusta que lo regañen.

Es necesario impactar a las personas con el lado positivo de la situación y acá es donde necesitamos de toda la creatividad para comunicar nuestras soluciones a los retos de hoy.

Estos mensajes deben ser muy coherentes con el perfil de la marca.





#4 Comunicar el propósito superior

Compartir el propósito superior de la marca nos ayuda a demostrar la autenticidad de nuestras estrategias de sostenibilidad lo cual nos ayuda a construir confianza y credibilidad.


**NIKE
BETTER
WORLD**



**THIS FILM IS MADE FROM
100%
RECYCLED ADS**

SUNCHIPS

MADE WITH THE HELP OF SOLAR ENERGY.

CBS

We're living
up to our name.

SunChips® snacks are now made with
the help of solar energy in California.

As of April 2011, one of our plants is using solar energy to help
make SunChips® snacks. Not just because it's in our name,
but because it's part of our vision for a healthy planet.
It's a small step, but it's in the right direction.



live brightly



#5 Empoderar a la audiencia

La mayoría de las personas quieren actuar diferente pero no saben exactamente qué hacer.

No solo se trata de comunicar; se trata de persuadir a través de instrucciones claras.

DON'T BUY THIS JACKET

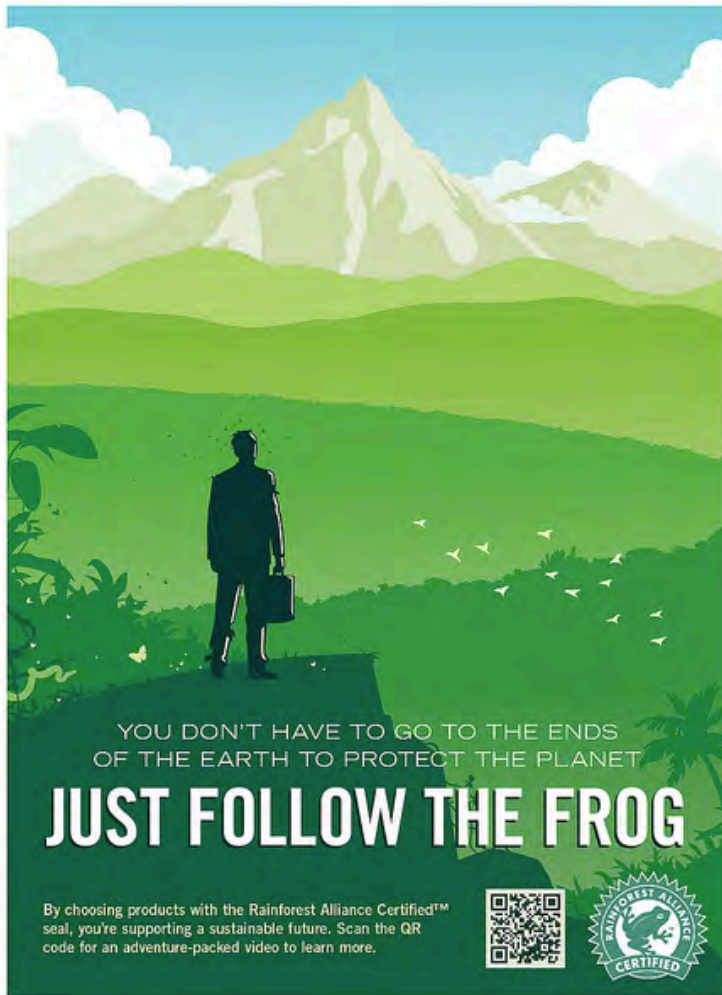


THIS SEASON, SHARE SOME VALUES

Learn more about our Common Threads Initiative,
and take the pledge to reduce consumption

TAKE THE PLEDGE





YOU DON'T HAVE TO GO TO THE ENDS
OF THE EARTH TO PROTECT THE PLANET

JUST FOLLOW THE FROG

By choosing products with the Rainforest Alliance Certified™ seal, you're supporting a sustainable future. Scan the QR code for an adventure-packed video to learn more.



<https://www.youtube.com/watch?v=3ilkOi3srLo>

#6 Aprovechar el poder de la tecnología

Hoy en día el reto no es la falta de tecnología sino saber cómo utilizarla y lograr que las personas se enganchen con ésta.

AVI
-STRAD
MILAN

50

11
D
121

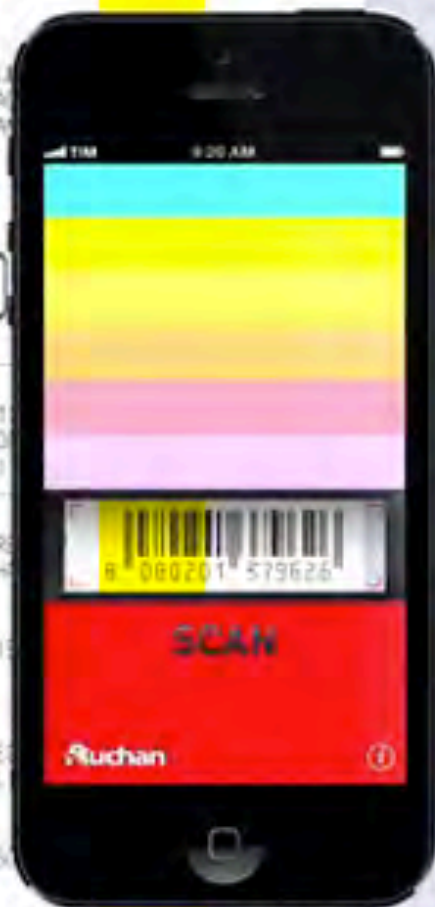
#1
LA R
NICH

#2
ANBI

#3
IMPE
I. D.

#4
PERS

#5
SUIIIPRO
SOSTENIBILE.



8 152701 375441

#7 Crear Alianzas Estratégicas

Crear alianzas con ONG u organizaciones reconocidas por su trayectoria en temas ambientales y sociales reforzará nuestras credenciales y reafirmará nuestro interés por actuar.

ALWAYS COOL





HELP PROTECT
& DONATE
at ArcticHome.com



Coca-Cola
**ARCTIC
HOME™**



<http://goo.gl/nfGkva>

#8 Crear experiencias

Las iniciativas que buscan comunicar mensajes complejos o extensos se les recomienda crear experiencias alrededor de su tema.

Educación para la sostenibilidad. Museo del Agua Medellín



#9 Contar historias de la vida real

A través de testimoniales presentar casos reales en los que las personas se hayan visto beneficiadas con nuestras iniciativas.



ABOUT

GET INVOLVED

WHERE TO BUY

DONATE

LATEST NEWS



THE POWER
OF YOU



MEET FONCHO.
HE'S A MAN ON A MISSION.

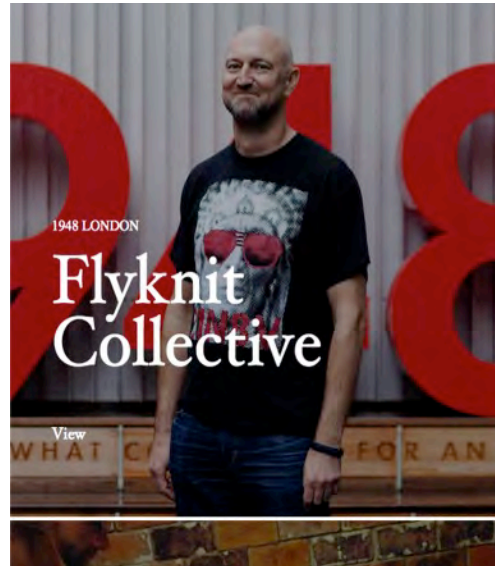
HE KNOWS FIRST HAND THAT
**CHEAP BANANAS
THREATEN
FARMERS' FUTURES.**

#10 Promover el liderazgo del público interno

Entregar herramientas para que las personas que trabajan en la compañía se mantengan informadas y repliquen los mensajes.

Constante visibilidad del proceso, premios, publicaciones, etc.

Nike Makers







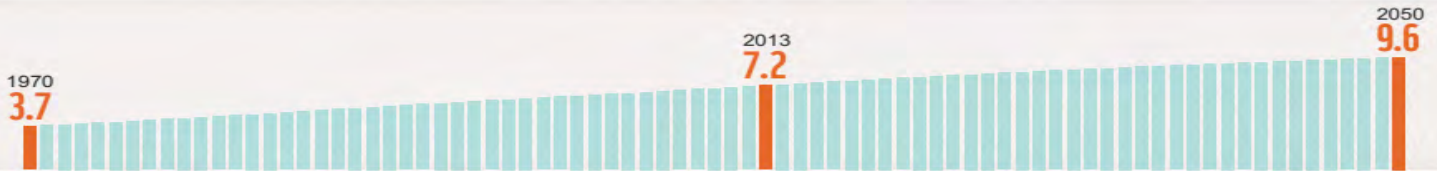
Para el 2050 está pronosticado que seremos 9.6 billones de personas viviendo en el planeta Tierra.

¿Crees que tendremos tierras, agua, comida y empleos para tantas personas?

En tus manos tienes muchas soluciones para que vivamos sosteniblemente.

Nanjing Road, Shanghai, China.

POBLACIÓN
HUMANA EN
BILLONES



Todos podemos aportar en esta misión de vivir de una manera sostenible y responsable.

El primer paso es dejar de ver las necesidades sociales y ambientales como una tarea exclusiva de la responsabilidad social y la filantropía y apropiarnos de ellas.

Gracias



PAULA ANDREA
SIABATO