

# Directrices para campañas de sensibilización relacionadas con la economía circular



YOUTH EMPOWERMENT THROUGH CIRCULAR ECONOMY

## ÍNDICE

Introducción .....	1
Parte 1 - Economía circular .....	2
Parte 2 - Elementos principales para campañas de sensibilización exitosas .....	3
1. <i>Defina su objetivo y su público objetivo</i> .....	3
2. <i>Lenguaje accesible</i> .....	3
3. <i>Diseño gráfico</i> .....	4
4. <i>Ejemplos prácticos / Referencia</i> .....	4
5. <i>Metodologías pasivas y activas</i> .....	5
6. <i>Colaboración</i> .....	7
7. <i>Difusión</i> .....	7
Parte 3 - Ejemplos de campañas de sensibilización exitosas .....	12
Parte 4 - Recursos adicionales.....	17

# Introducción

Estas directrices son una de las herramientas del proyecto *Circular Way to Inclusion*, cuyo objetivo es desarrollar y mejorar las competencias de los jóvenes en el ámbito de la economía circular. El objetivo de estas directrices es proporcionar la información necesaria a los trabajadores y voluntarios de organizaciones juveniles para crear campañas de sensibilización impactantes que inspiren a la próxima generación a adoptar prácticas sostenibles y tener un impacto positivo.

## Público objetivo:

El público principal para el que se ha elaborado este material son los trabajadores y voluntarios de organizaciones juveniles, que tienen la capacidad de capacitar y apoyar a los jóvenes para que vivan de forma sostenible y adopten prácticas de economía circular.

Las campañas en torno a los temas de la inclusión social, la economía circular, la educación y la responsabilidad medioambiental desempeñan un papel crucial en la sensibilización y el cambio de comportamiento. Al abordar estas cuestiones, estas campañas educan y motivan a las personas para que adopten prácticas sostenibles, fomentando la igualdad, reduciendo el impacto medioambiental y participando activamente en la sociedad. Tienen el poder de transformar a las personas, las comunidades y las empresas, dando lugar a una sociedad más inclusiva, sostenible y consciente. Por lo tanto, es importante apoyar y reforzar estas campañas, reconociendo su impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

## Contenido

El contenido presentado en el material incluye consejos prácticos sobre planificación, gestión y ejecución de campañas, con contenidos teóricos y ejemplos de estrategias de comunicación, actividades educativas y métodos de aplicación y evaluación. Constituye así una guía paso a paso para que los trabajadores y voluntarios inspiren, capaciten a los jóvenes y consigan buenos resultados en sus campañas.

# Parte 1 - Economía circular

El objetivo de este tema es mostrar a través de una tabla el significado de las estrategias denominadas R's de sostenibilidad, qué significa cada una y cómo se interconecta con la economía circular. Así como algunos ejemplos de proyectos que operan en este concepto para tener como referencias y darse cuenta de la posibilidad de aplicar una economía circular en diversos sectores y empresas.

	Strategies		
Smarter product use and manufacture	R0 Refuse	Make product redundant by abandoning its function or by offering the same function with a radically different product.	
	R1 Rethink	Make product use more intensive (e.g. by sharing product).	
	R2 Reduce	Increase efficiency in product manufacture or use by consuming fewer natural resources and materials.	
Extend lifespan of product and its parts	R3 Reuse	Reuse by another consumer of discarded product which is still in good condition and fulfils its original function.	
	R4 Repair	Repair and maintenance of defective product so it can be used with its original function.	
	R5 Refurbish	Restore an old product and bring it up to date.	
	R6 Remanufacture	Use parts of discarded product in a new product with the same function.	
Useful application of materials	R7 Repurpose	Use discarded products or their parts in a new product with a different function.	
	R8 Recycle	Process materials to obtain the same (high grade) or lower (low grade) quality.	

## Parte 2 - Elementos principales para campañas de sensibilización exitosas

Para llegar al público objetivo, generar un impacto positivo y aumentar la eficacia, es fundamental tener en cuenta los siguientes aspectos clave en el desarrollo, la ejecución y la evaluación de las campañas de sensibilización:

### 1. Defina su objetivo y su público objetivo

En primer lugar, todas las campañas tienen que empezar con una definición clara del objetivo y el alcance: ¿Qué quiere conseguir? ¿Cuál es el tema exacto en el que quiere centrarse? Las campañas son más eficaces cuando el tema es específico, concreto y está claramente definido.

A continuación, es esencial saber quién es su público objetivo para poder adaptar su mensaje a sus necesidades e intereses. Para que el mensaje, el contenido y las referencias sean más eficaces, tenga en cuenta factores como la edad, el sexo, la ubicación geográfica y la situación socioeconómica a la hora de definir su público objetivo.

### 2. Lenguaje accesible

Utilice un lenguaje sencillo: evite la jerga técnica y utilice un lenguaje accesible para que todo el mundo pueda entender el mensaje. Utilice un enfoque creativo y atractivo para captar la atención de la audiencia.

Para garantizar una comunicación eficaz, debe comprender el perfil de su audiencia. Es importante tener en cuenta cómo se puede captar su mensaje según el contexto social, económico y político de cada uno y hasta qué punto el mensaje es relevante para ellos en el contexto actual.

Es posible demostrar la relevancia del mensaje conectando con los temas y experiencias personales de la audiencia. Por ejemplo: "*¿Cómo puede afectar realmente este mensaje a tu*

*vida cotidiana, a tu familia, a tu comunidad?"*. Estas preguntas pueden orientar la elección del mejor tono a utilizar, si será más formal o informal, según el perfil del receptor.

### 3. Diseño gráfico

Cuando el grupo destinatario de la campaña son los jóvenes, captar su atención supone un gran reto, dado que ya están expuestos a una gran cantidad de mensajes y publicidad. Por eso es importante elegir el formato más adecuado para la campaña.

Hoy en día, la mayoría de las campañas de comunicación se centran en los medios sociales, pero se puede utilizar una combinación de distintos formatos para dinamizar la campaña, como vídeos, infografías, podcasts y redes sociales. El formato elegido debe ser atractivo, fácil de entender y de difundir, y también debe contener elementos visuales y multimedia (por ejemplo, fotografías e ilustraciones). Cuando el objetivo de la campaña son los jóvenes, tenemos un reto aún mayor a la hora de captar la atención.

### 4. Ejemplos prácticos / Referencia

El mensaje también debe transmitirse de forma que conecte los temas con la realidad de la audiencia. Para que la gente entienda la importancia de la economía circular, utilice ejemplos reales y prácticos para ilustrar cómo la economía circular puede marcar la diferencia en su vida cotidiana.

También puede ser pertinente presentar casos de éxito de empresas y negocios que hayan adoptado prácticas y soluciones circulares. La mayoría de las campañas de sensibilización contienen consejos básicos sobre cómo replantearse los hábitos de consumo, reducir los residuos, reutilizar materiales y reciclar adecuadamente.

Véase el manual de buenas prácticas: <https://thecircularway.eu/case-studies/>

## 5. Metodologías pasivas y activas

Para tener impacto, la comunicación debe capacitar y motivar a la audiencia para actuar. Para ello, es necesario intentar comprender al público objetivo a través de sus conocimientos, actitudes, comportamientos y si existen barreras para la acción.

Organizar distintos tipos de actividades, no solo materiales de comunicación pasiva (por ejemplo, escritos o visuales), sino también talleres que requieran la participación activa de los jóvenes. Presente ejemplos para demostrar a los jóvenes el concepto de economía circular y cómo puede afectar a los hábitos cotidianos mediante demostraciones lúdicas y dinámicas.

Una forma eficaz de abordar esta cuestión puede ser a través de métodos de *educación no formal* que pueden contribuir a la formación de opiniones críticas, así como al compromiso individual. Esta metodología puede ampliar el enfoque didáctico, enriquecer la experiencia educativa y estimular la creatividad, así como promover la accesibilidad y la inclusión social.

### Algunos ejemplos de actividades:



1. **Activar habilidades:** actividades para identificar cómo los jóvenes son capaces de actuar en la comunicación colaborativa y qué significa para ellos el concepto de economía circular. Organizar actividades mediante, por ejemplo, dibujos, juegos, poemas y actividades en espacios públicos.

2. **Talleres de reciclaje e intercambio de**

**ropa:** Organiza un pequeño acto en el que los jóvenes puedan aprender a reutilizar y transformar materiales desechados en productos nuevos y útiles. Esto fomenta la creatividad y la mentalidad de reutilizar los materiales en lugar de desecharlos. Al mismo tiempo, pueden intercambiar su ropa y accesorios con otras personas. Así se fomenta la idea de alargar la vida útil de las prendas, reducir los residuos textiles y adoptar un enfoque más sostenible de la moda.



3. **Auditorías de residuos:** Realice auditorías de residuos en escuelas o espacios comunitarios con la participación de los jóvenes. Se trata de clasificar y analizar los residuos para identificar oportunidades de reciclaje, compostaje o reducción de la generación de residuos. Ayuda a concienciar sobre la importancia de la gestión de residuos y fomenta el consumo responsable.

4. **En acción:** Implicar a los jóvenes en la organización de campañas de concienciación sobre la economía circular entre sus familias, amigos y comunidad. Pueden difundir materiales educativos, utilizar las plataformas de las redes sociales para difundir conocimientos e inspirar a otros a adoptar prácticas circulares y, lo que es más importante, convertirse en activistas de la causa.







comunidad más justa y sostenible.

5. **Capacitar:** Para audiencias de mayor edad, podría ser adecuado integrar una dimensión política, por ejemplo, simulando una asamblea política en la que cada grupo de jóvenes represente a una parte interesada diferente (comunidad local, gobierno, activistas...) para debatir qué medidas y mejoras son necesarias para aplicar la economía circular en aras de una

## 6. Colaboración

Cuando hablamos de una campaña de sensibilización, es muy importante tener en cuenta los diferentes factores que pueden estar implicados. En los proyectos de impacto social, en este caso, relacionados con una economía circular, un concepto que implica a diferentes partes interesadas, el trabajo conjunto con diversas organizaciones es fundamental.

Asociarse con otras organizaciones que abordan el tema es siempre muy relevante para aportar diferentes perspectivas al tema. Puedes conectar con personas de la comunidad local, como empresas, personas influyentes que trabajan directamente con la economía circular, activistas y políticos, responsables de la aplicación de políticas públicas también relacionadas con el tema.

## 7. Difusión

Identificar los canales idóneos para difundir la campaña y el mensaje es muy importante para la estrategia de comunicación. La elección de los medios debe estar en consonancia con el perfil identificado del público objetivo para poder atraerlo, aumentar la audiencia y generar buenos resultados.

En primer lugar, es posible identificar eslóganes para atraer al público, que pueden difundirse en distintos medios y formatos. El principal objetivo del eslogan de una campaña es compartir un mensaje poderoso en una frase concisa y memorable, impactar al público objetivo, evocar emociones e inspirar la acción.

### Ejemplos de eslóganes/lemas:

1. "¡Regeneremos juntos el planeta con una economía circular! Descubre cómo puedes marcar la diferencia".
2. "¿Sabías que la economía circular puede ayudar a salvar el planeta? ¡Únete a nosotros en esta misión y descubre cómo puedes formar parte de la solución!"
3. "La economía circular es la clave para un futuro sostenible. Obtenga más información sobre esta creciente tendencia y sobre cómo está cambiando nuestra forma de vivir y trabajar."
4. "¿Preocupado por el futuro del planeta que dejaremos a nuestros hijos? Descubre cómo la economía circular puede ayudar a proteger nuestro planeta y garantizar un futuro mejor para nuestros jóvenes."
5. "La generación que cambiará el mundo. Únete a nosotros en la economía circular y marca la diferencia hoy para un mañana mejor."

Algunos **canales** que pueden utilizarse para campañas de sensibilización.



### Online:

**Página web:** una plataforma específica para presentar la campaña y ofrecer más información sobre el proyecto, anunciar quiénes son los colaboradores y las organizaciones implicadas, un espacio para publicar noticias y actualizaciones, y un canal de comunicación con el público, entre otras alternativas que puede ofrecer este canal.



**Redes sociales:** plataformas como Instagram, Facebook, LinkedIn y TikTok, son capaces de crear una comunicación más cercana con tu audiencia presentando contenido que tenga sentido con sus perfiles e intereses.



**Newsletter:** puede ser relevante para aportar información más reciente, contenidos más teóricos, y que atraigan a los leads y a la audiencia a acceder a otras plataformas de comunicación, como la web, las redes sociales, e incluso realizar algún registro, compra, o suscripción a través de una llamada a la acción (*Call to Action*).



**Comunidades sociales:** crear grupos y comunidades para hablar y debatir sobre los contenidos y crear un espacio de networking.

## Fuera de línea:



**Publicidad:** se refiere a los principales medios de comunicación de la región que ayudan a difundir la campaña mediante artículos, noticias e información en periódicos, revistas, radios, exteriores y pancartas.



**Eventos y conferencias:** participar en conferencias relacionadas con el tema para poder presentar el proyecto y crear una red con profesionales del área.

## Kit de prensa:

Elaborar material de comunicación y compartirlo con otras organizaciones y medios de comunicación puede ayudar a la difusión de la campaña. Envíe un comunicado de prensa sobre el proyecto, la presentación institucional, y fotos de contenido que puedan ayudar a los socios a publicar.

## 8. Plan de acción

La principal finalidad de un plan de acción en una campaña es trazar una hoja de ruta clara para alcanzar los objetivos. Se trata de una parte estratégica, con la función de detallar tareas específicas, plazos y responsabilidades. El plan de acción pretende ofrecer un enfoque estructurado que garantice una coordinación y ejecución eficaces de las actividades. Todos los

elementos mencionados en los puntos anteriores deben figurar en el plan de acción como pasos para, maximizar la eficacia, seguir los avances y aumentar las probabilidades de éxito.

Este elemento es la fase más larga y relevante del proyecto. Un buen plan de acción es esencial para el éxito del proyecto, pero no será suficiente sin una buena ejecución. Esta parte implica la gestión del proyecto para garantizar la calidad de los resultados.

\*\*5W2H EJEMPLO DE ESTRATEGIAS

ELEMENTOS DE CONTROL	QUÉ	DONDE	CUANDO	OMS	POR QUÉ	CÓMO	CUÁNTO	ESTADO
<b>Presentación del proyecto</b>	La presentación con toda la información sobre el proyecto	Formato en línea	XX/XX/XXX	Personas 1	Es el principal material para recaudar fondos, dar a conocer, comunicar y promover el proyecto	Siga el resumen propuesto	XXX €	Búsqueda de desarrollo Revisión Aprobación
<b>Página web</b>	Una presentación digital del proyecto	Página de aterrizaje	XX/XX/XXX	Personas 1	Página digital con toda la información sobre el proyecto y un lugar para difundir el contenido	Seguir el diseño y el contenido propuestos	XXX €	
<b>Kit de prensa</b>	Presentación	En línea	XX/XX/XXX	Jefe de proyecto	Difundir el proyecto	Imágenes + Descripción + Contactos	XXX €	

## 9. Evaluar los resultados

El seguimiento y la validación de los resultados son cruciales para evaluar el impacto de la campaña de sensibilización. A través de esta evaluación, es posible verificar si la estrategia elegida tuvo el impacto deseado y llegó efectivamente al público objetivo. De no ser así, habría que plantearse cambios como modificar el contenido, reasignar fondos, reprogramar el contenido y revisar los textos. Este seguimiento se realiza en paralelo a la ejecución del plan de acción para identificar ajustes y mejoras que permitan maximizar el impacto de la campaña.

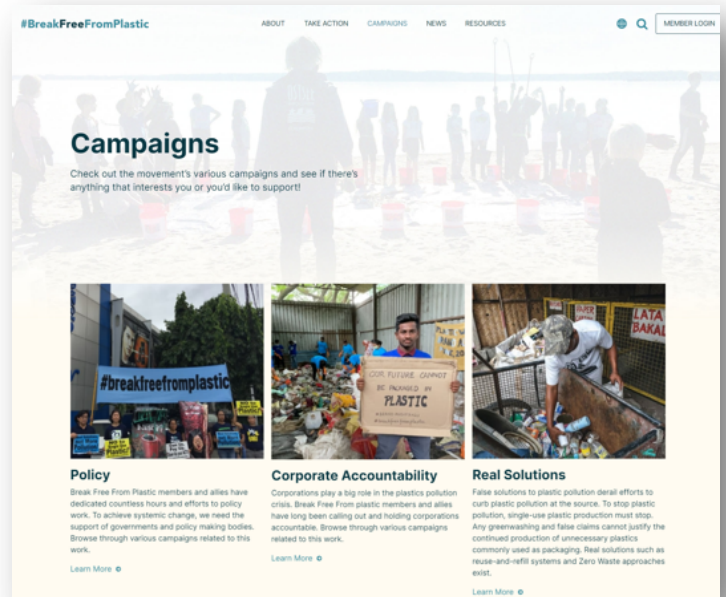
La validación de los resultados es importante para verificar si se han alcanzado los objetivos definidos y si las inversiones realizadas han tenido el rendimiento esperado. Sólo con el seguimiento y la validación es posible garantizar el éxito de la campaña de sensibilización y el logro de los resultados deseados. Es importante que todas las partes implicadas en la creación y ejecución del proyecto puedan compartir sus lecciones aprendidas, reflexiones y comentarios. Los resultados del proyecto deben comunicarse adecuadamente a todas las partes implicadas.

## Parte 3 - Ejemplos de campañas de sensibilización exitosas

*Libérese del plástico:*

**#BreakFreeFromPlastic**

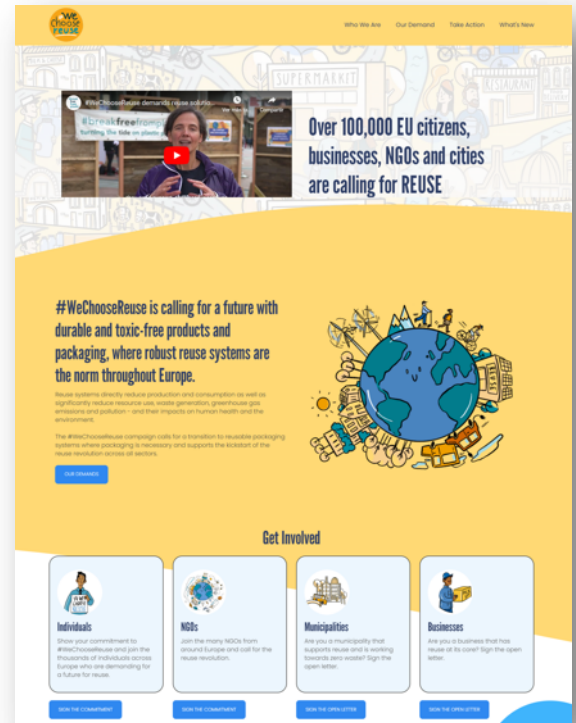
"Break Free From Plastic" es un movimiento mundial que pretende reducir el uso excesivo de plásticos de un solo uso y promover soluciones sostenibles. La iniciativa pretende concienciar a través de diferentes campañas sobre los efectos negativos del plástico en el medio ambiente, especialmente en los océanos, y presionar a empresas y gobiernos para que adopten medidas que reduzcan la producción y el vertido de residuos plásticos. Algunas de las campañas relevantes para los jóvenes son, por ejemplo, la Cumbre de la Juventud o la Declaración de la Juventud de la BFFP sobre el Tratado Mundial sobre los Plásticos.

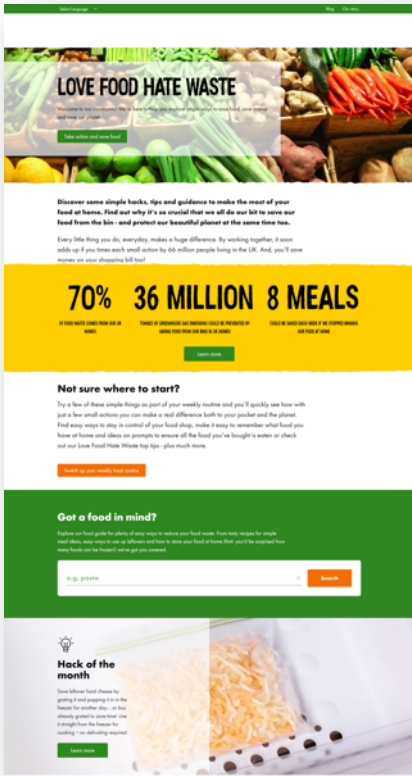


## Elegimos la reutilización:



"We Choose Reuse" es una campaña organizada por *Break Free From Plastics* con el objetivo de promover soluciones de reutilización para la crisis de la contaminación por plásticos. A través de la concienciación (entre consumidores, empresas y responsables políticos) y la promoción, "We Choose Reuse" pretende reducir el uso de plásticos de un solo uso y estimular los sistemas de reutilización de envases. El objetivo también es reducir los residuos y la contaminación causados por los productos desechables, animando a la gente a tomar decisiones más conscientes en materia de consumo.





*Love Food Hate Waste:*



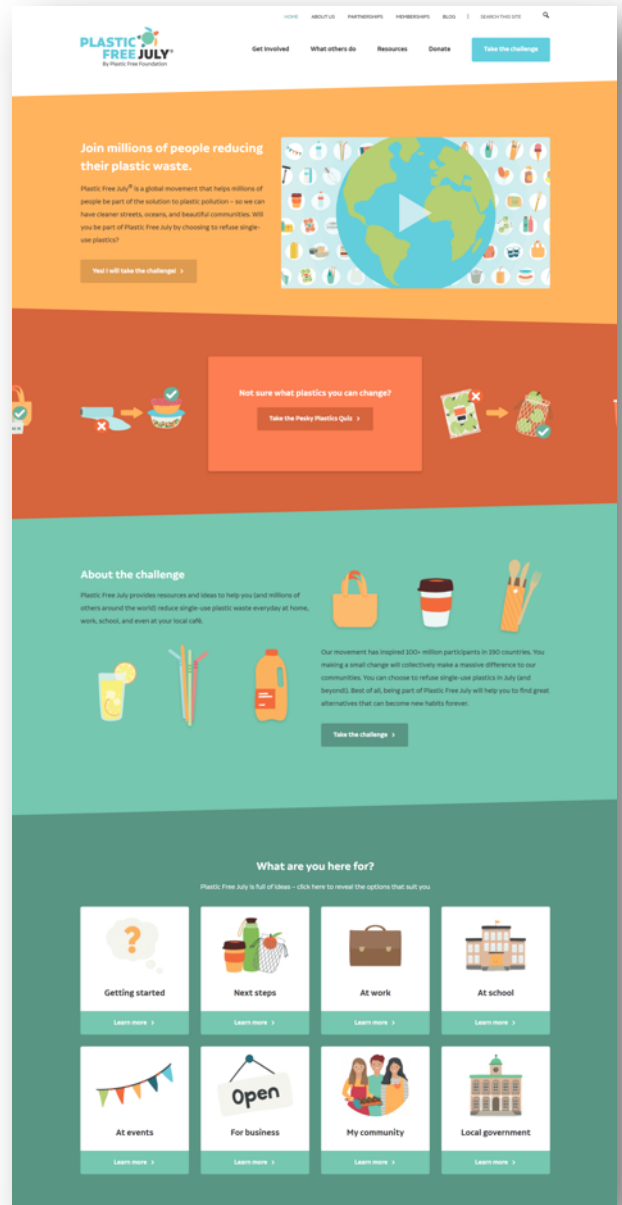
"Love Food Hate Waste" es una campaña cuyo objetivo es reducir el desperdicio de alimentos. La iniciativa sensibiliza a la gente sobre el impacto negativo del desperdicio de alimentos en el medio ambiente y la sociedad. La campaña ofrece consejos y recursos para ayudar a la gente a almacenar y utilizar los alimentos de forma más eficiente y evitar desechar comida innecesaria.



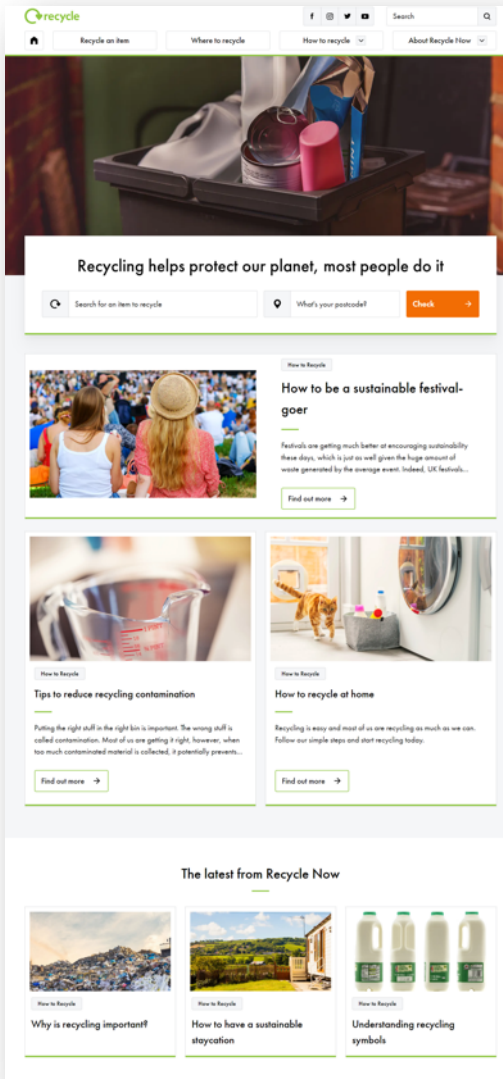
*Julio sin plástico:*



"Julio sin plástico" es una campaña mundial que reta a la gente a encontrar soluciones a la contaminación por plástico y a evitar el uso de plástico de un solo uso durante el mes de julio. La iniciativa fomenta la adopción de alternativas sostenibles al plástico en la escuela, en casa, en eventos, en el trabajo, en la comunidad, entre otros. La campaña pretende concienciar sobre la cantidad de residuos plásticos que se desechan a diario y fomentar cambios de comportamiento.



## Reciclar ahora:



"Recycle Now" es una campaña británica cuyo objetivo es animar y educar a la gente sobre la importancia del reciclaje. La iniciativa ofrece información sobre qué se puede reciclar, cómo separar correctamente los materiales y dónde encontrar puntos de recogida. La campaña también pretende aumentar las tasas de reciclaje y reducir la cantidad de residuos enviados a los vertederos, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente.

## Parte 4 - Recursos adicionales

[Guía para campañas de sensibilización](#)

[Orientación para organizar una campaña de promoción o sensibilización sobre la pintura con plomo](#)

[Campañas de sensibilización y comunicación - Manual de formación](#)

[Eurostat - Estadísticas sobre economía circular](#)

[Glosario CE - Fundación Ellen MacArthur](#)

[Buenas prácticas - UE](#)

[Estrategia para planificar un evento](#)

[Referencia de proyectos y programas](#)

# Directrices para campañas de sensibilización relacionadas con la economía circular

## A LA INCLUSIÓN

EL CAMINO CIRCULAR





**YOUTH EMPOWERMENT THROUGH CIRCULAR ECONOMY**