

Creación del Primer Día Nacional de la Reutilización en Chile

30 de mayo de 2023



| | |
|--|--|
| Categoría | Categoría 2: Sustentabilidad |
| | 2.01 Campaña general de Sustentabilidad |
| Capítulo | Capítulo General |
| Título del caso | Creación del Primer Día Nacional de la Reutilización en Chile |
| Nombre de la empresa o institución | Coca-Cola Chile |
| Departamento o área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan | <ul style="list-style-type: none"> Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Coca-Cola Chile Agencia de comunicaciones: EK |
| Persona/s responsable/s del plan de comunicación | Valentina González, gerente de asuntos públicos, comunicaciones y sustentabilidad de Coca-Cola Chile. |



INTRODUCCIÓN

Chile se encuentra en un momento crucial en la gestión de sus residuos. Si bien se han realizado avances significativos en los últimos años, aún queda un largo camino por recorrer para alcanzar una economía circular y sostenible.

El fomento de la reutilización, el reúso y la reducción de residuos implica un cambio cultural significativo, impulsando a las personas y a las empresas a adoptar prácticas más conscientes y responsables. De la conocida regla de las tres R, reducir, reutilizar y reciclar, la de volver a utilizar bienes o materiales para darles una segunda vida, cobra especial importancia cuando existe el desafío global de lograr un futuro más sustentable para las presentes y futuras generaciones.

Con este contexto, surge desde Coca-Cola Chile, la idea de crear el primer Día Nacional de la Reutilización en Chile cada 30 de mayo, para impulsar las iniciativas que existen en el país desde el sector público, privado, sociedad civil y emprendimientos, para fomentar la reutilización -como las botellas retornables- y establecer una hoja de ruta público-privada, para maximizar los beneficios ambientales, sociales y económicos del reúso.

Coca-Cola Chile, lleva ocho décadas en el país y, junto a sus retornables, ha construido un legado en reutilización en torno a este envase ícono de la economía circular. Estas botellas, tanto de vidrio como de plástico PET, son un ejemplo de sustentabilidad, ya que pueden reutilizarse varias veces, son más económicos y actualmente, se encuentran en almacenes, supermercados, tiendas de conveniencia y online. Las botellas retornables representan el 40% de las ventas de bebidas en Chile, haciendo de nuestro país el líder en su consumo en América Latina y el segundo a nivel mundial. La reutilización y el reúso son componentes claves de la estrategia de Coca-Cola para promover "Un Mundo Sin Residuos".

Pero ¿por qué crear una nueva efeméride medioambiental y no solo crear una campaña publicitaria para promocionar los envases retornables? Coca-Cola tiene un propósito global de refrescar el mundo con un variado portafolio de productos (bebidas, aguas, jugos, isotónicas, entre otros) y hacer la diferencia en las comunidades donde opera. Con esta misión que se suma a su compromiso de generar alianzas para la reducción de residuos, nace en 2023 el Día Nacional de la Reutilización liderado por Coca-Cola Chile y apoyado por diversas organizaciones, como el Ministerio de Medio Ambiente, Corfo, la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, organizaciones como la Fundación Chile, País Circular y Triciclos, ONGs emblemáticas como Oceana y Plastic Oceans, también emprendimientos como Algramo, Ecocarga y UpCycling, entre otras.

En el evento fundacional de esta nueva fecha, desarrollado el 30 de mayo de 2023 en las oficinas de Coca-Cola Chile, llegaron 42 representantes de todos los sectores para formar un movimiento transversal con el fin de promover la reutilización e institucionalizar, a través

de un compromiso suscrito en esa oportunidad, la celebración del Día Nacional de la Reutilización en Chile cada 30 de mayo.

La celebración anual del Día Nacional de la Reutilización, cada 30 de mayo, marca un hito importante en el camino hacia una cultura más sostenible en Chile. Esta iniciativa, originada en el sector privado con el impulso de Coca-Cola Chile, ha trascendido los límites empresariales para convertirse en un verdadero movimiento ciudadano a favor del reúso.

El Día Nacional de la Reutilización ha contribuido a crear un ambiente más propicio para el diálogo sobre la reutilización, sensibilizando a la población sobre su importancia y fomentando la adopción de hábitos más amigables con el medio ambiente. Esta iniciativa representa un paso significativo en la consolidación de un estilo de vida orientado al reúso en Chile, demostrando el compromiso del país con la construcción de un futuro más sostenible.

PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA – ESTRATEGIA

Racional de la campaña:

La estrategia para la creación del primer Día Nacional de la Reutilización en Chile desde Coca-Cola Chile, responde a una profunda reflexión sobre el rol de las empresas en la construcción de un futuro más sostenible. Si existe el Día del Reciclaje, del Agua, del Emprendimiento o del Medioambiente, ¿por qué no existe una fecha para celebrar a nuestras botellas retornables y a todas las iniciativas de reúso en el país? El Día de la Reutilización surge como una oportunidad para promover nuestro portafolio retornable para fortalecer el relacionamiento con stakeholders y promover su consumo.

Además, se consideró el contexto nacional con leyes pioneras en reducción de residuos, el buen hábito de retornar de las personas (altos índices de uso de botellas retornables), la proliferación de medios de comunicación con foco en sustentabilidad y la inexistencia de una fecha para celebrar la reutilización.

Objetivos:

- Reforzar la reputación y el liderazgo de Coca-Cola Chile en iniciativas de reutilización y sustentabilidad.
- Consolidarnos como pioneros y creadores de tendencias en reutilización.
- Fortalecer la relación con stakeholders estratégicos del mundo del reúso y sustentabilidad.
- Promover la preferencia por nuestras botellas retornables como una alternativa de consumo amigable con el medio ambiente.

Público objetivo:

- Tomadores de decisión y líderes del sector público, privado y sustentabilidad.
- Ciudadanía en general.

Narrativa de la campaña:

La narrativa del Día de la Reutilización era en tono de celebración y oportunidad para generar un cambio desde todos los sectores de la sociedad. Se buscaba celebrar lo avanzando como país en reutilización, más que recalcar las deficiencias o lo que falta. Por eso, El Estado tiene un rol, lo mismo las empresas, la sociedad civil y por supuesto, los

ciudadanos. Si somos muchos, las cosas verdaderamente empiezan a cambiar. Además, todo lo bueno, siempre retorna.

DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

La ejecución tuvo **dos etapas**:

Producción y narrativa del hito:

- Identificar fecha disponible para celebrar cada año el Día Nacional de la Reutilización.
- Mapear actores estratégicos de la sustentabilidad para lograr una representación diversa en la convocatoria al primer Día Nacional de la Reutilización.
- Seleccionar un lugar estratégico para la celebración.
- Elaborar una estrategia con medios de comunicación para una cobertura 360° (escrito, digital, TV, radios y social media).

El Plan de Medios tuvo dos ejes de acción:

1. **Media partners:** Se generaron alianzas con medios de alcance nacional para asegurar cobertura y difusión según públicos identificados.
 - **TVN** (Televisión Nacional de Chile. Único canal de TV con señal en todo el territorio y el extranjero).
 - **El Mercurio – Cuerpo de Innovación** (Principal diario del país).
 - **País Circular** (medio especializado en sustentabilidad).
2. **Gestión de medios de comunicación:**
 - Llamado de prensa para evento del primer Día Nacional de la Reutilización (30 de mayo en oficinas de Coca-Cola Chile).
 - Despacho de comunicado de prensa en prensa de alcance nacional, regional y especializada.
 - Gestión de entrevistas y vocerías en medios.
 - Publicaciones en redes sociales corporativas de Coca-Cola Chile y aliados.
 - Influencers para levantar conocimiento sobre esta nueva efeméride con contenido orientado a Generación Z.

RESULTADOS

Los resultados de la estrategia de difusión y amplificación del primer Día Nacional de la Reutilización superaron todas las expectativas iniciales.

Sobre el hito fundacional del primer Día Nacional de la Reutilización en Chile desarrollado el 30 de mayo de 2023, participaron **42 personas que representaban a cerca de 30 organizaciones de diversos sectores**, logrando el principal objetivo de una participación diversa en el evento. Además, para impulsar la cobertura mediática, se desarrolló un panel de expertos llamado “Diálogos por la Reutilización” moderado por Pablo Badenier, ex ministro del Medio Ambiente; y constituido por el Ministerio Medio Ambiente; Coca-Cola Chile, The Ropantic Show y Plastic Oceans, quienes abordaron los principales temas

relacionados con el reúso. Posteriormente, se selló el "Compromiso por la reutilización", en el que participaron todos los asistentes al evento con el objetivo de oficializar el 30 de mayo como el Día Nacional de la Reutilización.

Mientras que el **Plan de Medios, logró más de 25 publicaciones totales en distintas plataformas en medios de alcance nacional y regional**. El 40% de ellas fue pagada y el 60% totalmente orgánico.

Gracias a la alianza con **TVN**, el evento de lanzamiento del primer Día Nacional de la Reutilización fue transmitido en directo en www.24horas.cl con una audiencia online de 20 mil personas. Además, se crearon 4 cápsulas en formato Reels de Instagram para promover con una perspectiva ciudadana la celebración del Día Nacional de la Reutilización con consejos de reúso, por ejemplo, botellas retornables, ropa, plantas y movilidad. Cada una de estas piezas fue conducida por el creador digital Diego López o más conocido como Chico Maker (+ de 850 mil seguidores en Tik Tok y 10 mil en Instagram), quien entrevistó a rostros del canal como María Elena Dressel, Eduardo Fuentes, Gino Costa y María José López (Lady Ganga), las que obtuvieron miles de reproducciones. Sumado a esto, en el sitio 24Horas de TVN se publicó el comunicado de prensa y vocera de Coca-Cola Chile participó en programa Tendencias 24 para difundir esta celebración.

Mientras que **El Mercurio**, realizó una cobertura completa del evento y el jueves 1º de junio de 2023, día en que se publica el Cuerpo de Innovación, el primer Día Nacional de la Reutilización fue la portada de la edición y además tuvo cuatro planas de cobertura, todas orgánicas. En la portada de El Mercurio de ese día, también se hizo referencia a la primera vez de esta nueva efeméride medioambiental. Además, días posteriores al evento, se logró una entrevista orgánica a vocera de Coca-Cola Chile para abordar los desafíos de la reutilización.

Desde lo orgánico, se realizaron intensas gestiones para la publicación del comunicado y entrevistas de voceros de Coca-Cola Chile y participantes del evento. Así se logra una entrevista en Radio Agricultura en "Juntos en Agricultura", conducido por Karla Rubilar, con el ex ministro de Medioambiente, Pablo Badenier, quien participó en la celebración del primer Día Nacional de la Reutilización.

Cabe destacar que los resultados de la celebración del Día Nacional de la Reutilización, no solo se remitieron a lo reputacional y comunicacional, también a finales del año (con cierre a diciembre de 2023), se identificó un **incremento del 5% en las ventas de envases retornables de Coca-Cola Chile en 2023**, lo que significó evitar la puesta en circulación de 553 toneladas de plástico nuevo al mercado, resultando en un 2.15% menos de plástico en comparación al 2022.

En resumen:

- **42 asistentes a evento fundacional del Día Nacional de la Reutilización**
- **24 publicaciones en medios multiplataforma** (10 online, 6 en prensa escrita, 3 en radio, 1 televisión y 4 cápsulas en redes sociales).
- **Transmisión en directo del evento en www.24horas.cl**
- Valorización: \$90.966.341
- Alcance: 3.290.032 personas.

- **5% en aumento de ventas** de botellas retornables a diciembre 2023.
- Reducción de 553 toneladas de plástico nuevo en el mercado.