

NUESTRO LEGADO-ECOEMBES Y MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE

Pedro Cuesta Valiño (*Universidad de Alcalá, España*)

Fernando Javier Cuenda Toharía
Ana-María Florea
Alberto Jesús Moreno Soler

Resumen:

Ecoembes, es una sociedad anónima sin ánimo de lucro, fundada en 1996, en previsión de la alteración de la Directiva Europea 94/62/CE que fija unos objetivos de reciclado y valorización a alcanzar en junio de 2001, acordando las normas sobre gestión de envases y residuos de envases en la Unión Europea. Tiene como misión el diseño y gestión de un sistema encaminado a la recogida selectiva y periódica de residuos de envases y envases usados en el domicilio del particular o en su proximidad, para su posterior tratamiento y valoración. Éste es el Sistema Integral de Gestión (SIG), identificado por el Punto Verde. Las actividades de Ecoembes se financian mediante las aportaciones de las empresas envasadoras acogidas al SIG. Con la colaboración de MAGRAMA llevaron a cabo la campaña publicitaria de concienciación sobre el reciclaje, llamada “Este es mi legado”.

Abstract:

Ecoembes, is a limited company non profitable, founded in 1996, in anticipation of an alteration of the European Directive 94/62/CE which marks objectives in recycling and valorization to achieve in June of 2001, agreeing on the laws of container management and the waste of the containers between the European Union. Its mission is to design and manage the system so it can collect a more selective and periodically the residue of the containers and the used containers in the homes or near them, for its treatment and assessment. This is the Integral Management System (IMS), identified by the Green Dot. Ecoembes activities are funded by the contribution of the package companies in the IMS. With the collaboration of the Spanish Government, Department of Agriculture, Nutrition and environment they made an advertising campaign to aware of recycling, called “Este es mi legado”.

1. Introducción

MAGRAMA tuvo que llevar a cabo una campaña de comunicación para cumplir con la normativa Europea, con el objetivo de concienciar a los ciudadanos sobre la importancia del reciclaje y tratamiento de los residuos. Esta campaña conocida como “Este es mi legado” la llevo a cabo con la colaboración del organismo público Ecoembes.

Ecoembes es la organización que cuida del medio ambiente a través del reciclaje y el eco diseño de los envases en España. Hacen posible que los envases de plástico, latas y briks (contenedor amarillo) y los envases de cartón y papel (contenedor azul) puedan tener una segunda vida.

La misión de esta organización es proporcionar a la sociedad una respuesta colectiva de los agentes económicos ante los temas medioambientales relacionados con el consumo de productos envasados domésticos, logrando el cumplimiento de los objetivos marcados por la Ley, con la mayor eficiencia en el uso de los recursos de la compañía. Asimismo, crean valor social y ambiental en nuestra sociedad, promoviendo la educación ambiental, la innovación, la eficiencia y la generación de empleo y tejido industrial.

La actividad de Ecoembes es eminentemente ambiental. Nuestra razón de ser está enfocada a reducir el impacto ambiental de los envases puestos en el mercado y nuestra tarea es hacerlo en un marco económico de costes razonables y considerando y gestionando nuestro impacto en la sociedad. Para alcanzar este fin, conciliamos la eficiencia con la perdurabilidad en el tiempo.

Por ello, hemos desarrollado el Plan Director de RSC 2012-2015 que compagina las prioridades estratégicas de la compañía con las expectativas del entorno en el que opera. Este plan se orienta en torno a cinco grandes compromisos: ética y buen gobierno, eficiencia y calidad, medio ambiente e innovación, desarrollo de las personas, relación con los stockholders y acción social.

Ecoembes impulsa aspectos como la transparencia, la cultura de control interno, la composición y los órganos de Gobierno, la protección de los derechos de los accionistas y la relación con los distintos grupos de interés. Para ello ha adoptado las mejores prácticas del mercado, tomando como referencia los estándares más altos, el Código Unificado de Buen Gobierno para sociedades cotizadas.

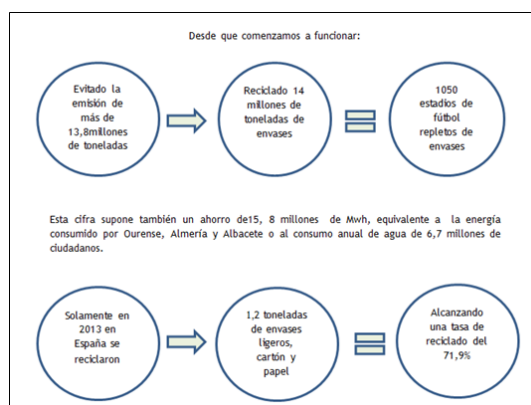
Figura 1. Logo de Ecoembes



Fuente: [<http://www.fundacionecomar.org/wp-content/uploads/2012/12/Logo-Ecoembes.jpg>], a fecha 7/11/2014.

Como podemos ver, el trabajo realizado por Ecoembes estos últimos años arroja cifras positivas acerca del aumento del reciclaje en España, colocando a España a la cabeza de Europa en temas de reciclaje y concienciación.

Figura 2. Evolución del Reciclaje



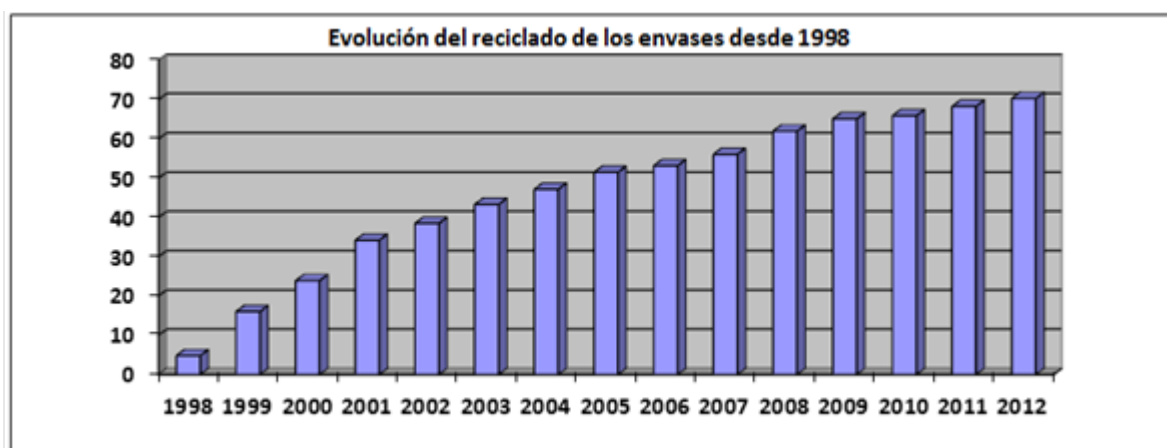
Fuente: Elaboración propia basándonos en [http://www.ecoembes.com/sites/default/files/resultados_2012.pdf], a fecha 10/11/2014

Sin embargo, el problema viene cuando la teoría se intenta llevar a la práctica, ya que se pueden ver carencias de gestión en distintos artículos de prensa. Según la entrevista realizada por Cinco Días a Oscar Martín, director general de Ecoembes y representante de los envasadores. En ella se habla de que en la teoría se recicla el 70% de los envases en el contenedor amarillo, pero en la práctica sólo llega al 22%.

Asimismo, Oscar Martín propone una nueva idea para reciclar de una forma más eficiente, realizar la recogida de los residuos cuando los contenedores estén al 70% de su capacidad, que sería cada 2 ó 3 días, en vez de diariamente. Con esto demuestra que Ecoembes se preocupa más por el coste del servicio que por velar por la calidad del ciudadano.

Pero todo en Ecoembes no ha sido un camino de rosas, ya que en 2009 tras notificar que la empresa se encontraba en pérdidas se estudia la forma de que los españoles se hagan cargo de un sobre coste en el reciclaje de embalajes de 140 millones de euros para sanear las cuentas de la compañía.

Figura 3. Evolución del reciclado de los envases desde 1998



Fuente: [http://www.ecoembes.com/sites/default/files/resultados_2012.pdf], a fecha 10/11/2014.

2. Desarrollo del caso

Nuestro proyecto se basa en la campaña de comunicación Ecoembes, “Este es mi legado”, a través de este trabajo explicaremos por qué y cómo se llevó a cabo y los resultados obtenidos, a través de la campaña de marketing no lucrativo utilizando medios digitales.

Empezaremos hablando del por qué se realizó esta campaña. Todo empezó en 2012, con la nueva normativa propuesta por la Comisión Europea, para una Europa más sostenible y que aproveche sus recursos de forma eficaz.

En este sentido, ha recordado que la gestión de los residuos en España ha cambiado significativamente en los últimos años y que a ello ha contribuido el establecimiento de objetivos cuantitativos concretos en materia de prevención, reciclado y valorización de residuos, junto con la consiguiente implantación de recogida separada.

Europa, y por supuesto España, tienen por delante un nuevo reto para los próximos años: la desvinculación del crecimiento económico del incremento en la generación de residuos. Asimismo, se ha planteado la necesidad de avanzar hacia un modelo de crecimiento sostenible que reduzca el consumo de recursos y aproveche de forma eficiente los existentes. Para lograrlo, según ha destacado la directora general, de Calidad y Evaluación Ambiental y Medio Natural, es necesario hacer un “notable esfuerzo que también pasará por incrementar e impulsar las recogidas separadas de residuos, incluidos los biorresiduos”.

Para cumplir con esta reglamentación Europea, MAGRAMA se pone en contacto con Ecoembes, organismo público no lucrativo, encargado de llevar a cabo la sensibilización de la población, a través de “Este es mi legado” la nueva campaña de publicidad en pro del reciclaje y cuidado del medio ambiente.

El principal objetivo de esta iniciativa es concienciar a los ciudadanos sobre la importancia que tienen para nuestro medio ambiente y para el legado que dejemos a nuestras nuevas generaciones, acciones tan cotidianas como separar adecuadamente los envases que a diario consumimos para su reciclado posterior.

Gracias a la colaboración de todos, se reciclan más de 70% de los envases domésticos que consumimos, ahorrando emisiones de CO2, consumo de agua y de energía. Este proyecto comenzó a difundirse a través de internet y de las principales cadenas de TV, hasta octubre de 2012.

La finalidad de esta campaña es hacer reflexionar acerca de éstas cuestiones planteadas:

"Cada una de las acciones que realizamos a diario tiene repercusión en el medio ambiente y la mejor herencia que podemos dejar a nuestros hijos es seguir disfrutando de los paisajes que nos rodean. Se agradece el esfuerzo realizado hasta ahora por los ciudadanos en materia de separación de envases, pero tenemos que seguir insistiendo en lo necesario que siguen siendo los pequeños gestos cotidianos", ha asegurado Oscar Martín, Director General de Ecoembes.

"El legado que dejemos a nuestros hijos está estrechamente relacionado con el uso que hagamos de los recursos existentes, por eso debemos usarlos de manera eficiente. Este uso eficiente supone prevenir la generación de residuos e incrementar el reciclado de los residuos que se generan. Hay que tener en cuenta que hemos de cumplir el objetivo comunitario de reciclado del 50% de residuos domésticos en 2020. Ello va a obligar a realizar esfuerzos individuales y colectivos adicionales durante estos años para que España en su conjunto pueda alcanzarlos. Nuestro esfuerzo como ciudadanos debe estar centrado principalmente en la prevención y en la separación de nuestros residuos por materiales en los hogares. Con ello incrementaremos los residuos de envases separados para su posterior reciclado y por tanto, la contribución de éstos a la preservación de los recursos y del medio ambiente, así como al cumplimiento de los objetivos comunitarios".

Figura 4. Portada del video "Este es mi legado".



Fuente: [<http://www.retema.es/images/noticias/x7uhPmyaxpi5FJuGTnDmx26Ay.jpg>], a fecha 7/11/2014.

Además, a través de redes sociales, se ha puesto en marcha un concurso para que los ciudadanos publiquen o manden una fotografía de los lugares que por su belleza dejarían como legado a las generaciones venideras. La instantánea irá acompañada del nombre del concursante y el lugar al que corresponde.

Los medios empleados en la campaña son tanto offline como online. Se podrá participar vía Twitter e Instagram utilizando el hashtag #esteismilegado, a través del perfil de Facebook de Ecoembes, por correo electrónico (esteismilegado@ecoembes.com) y a través de la web de la organización rellenando el formulario habilitado (www.ecoembes.com/es/general/Paginas/el-legado.aspx). La campaña tendrá una importante presencia en medios tanto TV y radio, como en prensa y digital.

Esta es la imagen ganadora del concurso: "Este es mi legado".

Figura 5. Foto ganadora de "Este es mi legado"



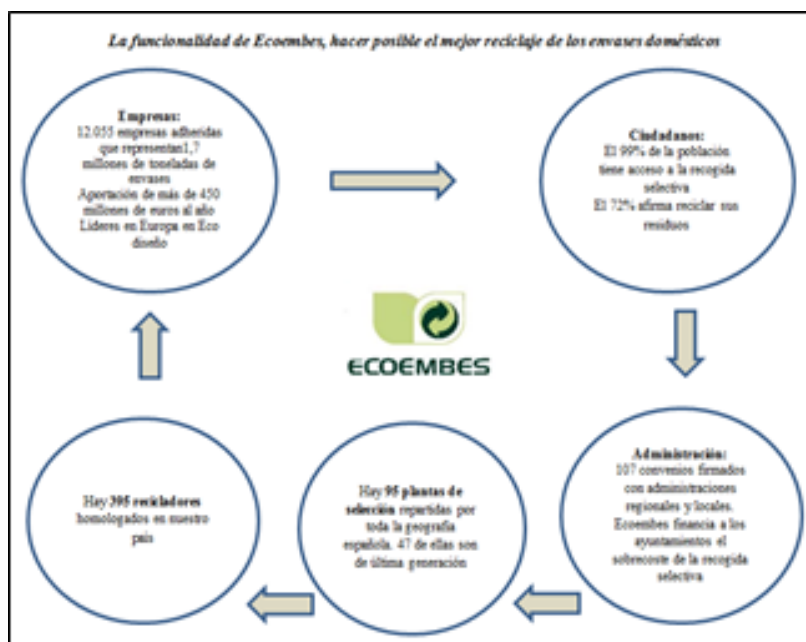
Fuente: [<http://instagram.com/p/goM6nnpfnO/>], a fecha 7/11/2014.

Esta campaña publicitaria es llevada a cabo por la empresa TBWA, Ecoembes adjudicó la cuenta a TBWA tras un concurso entre varias agencias precisamente con este trabajo.

Ecoembes desarrolla su comunicación en colaboración con otras agencias de RRPP y digital, con TBWA/España que gestionará las comunicaciones publicitarias de la propia marca, así como aquellas campañas de Ecoembes en colaboración con todo tipo de organismos públicos para llegar a la ciudadanía en general, desde CCAA hasta Ayuntamientos.

A continuación podemos observar los resultados que conseguido Ecoembes a través de la campaña “Este es mi legado”:

Figura 6. La funcionalidad de Ecoembes



Fuente: [http://www.ecoembes.com/sites/default/files/resultados_2012.pdf], a fecha 7/11/2014.

Como podemos ver, son unos resultados inesperados ya que no se contaba con el gran apoyo recibido por los ciudadanos.

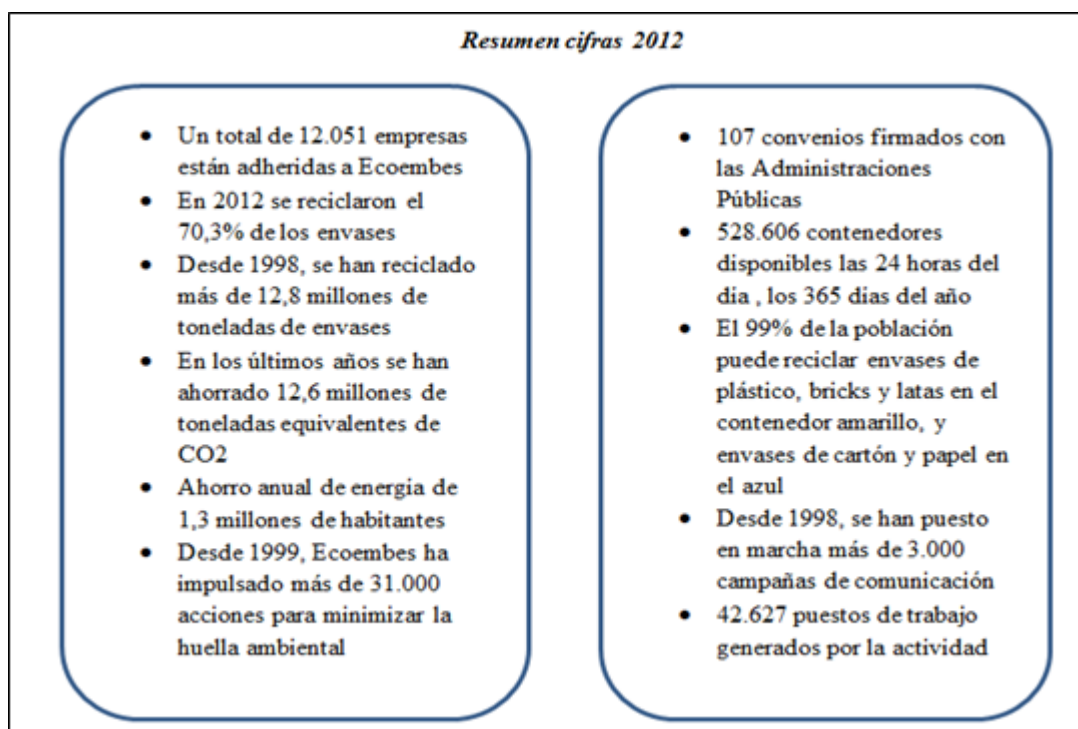
Los envases de cartón se mantienen como los más reciclados. El 81,9% de ellos ya se están reciclando. El 53,6% de los envases plásticos como botellas de agua, envases de detergentes o botes de champú han sido reciclados, casi cuatro puntos más que en 2011. Se han reciclado el 81,6% de los envases de metal como latas de conservas o latas de bebidas, casi un 5% más que el año anterior.

SIG el modelo de gestión más eficaz y eficiente para el reciclado de envases:

- Es el único sistema capaz de gestionar el 100% de los envases.
- Es el sistema de referencia en Europa. El 95% de los envases de la UE se gestionan mediante Sistemas Integrados de Gestión.
- El 99% de los ciudadanos pueden reciclar sus envases en los 528.606 contenedores que hay a su disposición las 24 horas del día, los 365 días del año.
- En 2012 se ha auditado la trazabilidad de las toneladas recicladas así como de las adheridas.
- Administraciones y CCAA proveen la información a Ecoembes. Posteriormente es auditada y remitida a las CCAA y el MAGRAMA en su informe anual.

España en Europa:

- Nuestras tasas de reciclado se sitúan por encima de países como Francia o Dinamarca y en línea con países como Reino Unido o Suecia (Eurostat).
- España está entre los diez primeros países de Europa donde más envases se reciclan.

Figura 7. Resumen de las cifras de 2012

Fuente: [http://www.ecoembes.com/sites/default/files/resultados_2012.pdf], a fecha 7/11/2014.

En este gráfico observamos que la campaña concluye con gran éxito y logró su objetivo de concienciar a los ciudadanos sobre el reciclaje y el tratamiento de residuos.

3. Preguntas/cuestiones para la discusión

Cuestión 1. ¿Por qué ha optado MAGRAMA por realizar una campaña publicitaria de marketing no lucrativo referente al reciclado de residuos?

La producción de residuos se ha duplicado en los últimos 30 años, estamos transformando el planeta en un enorme cubo de basura, una manera para reducir la cantidad de residuos urbanos es el reciclaje. Esta campaña se ha llevado a cabo debido a la normativa impuesta por la Comisión Europea, para conseguir una Europa más sostenible y que administre sus recursos de forma eficiente. El objetivo de MAGRAMA con esta campaña es hacernos cómplices de esta situación, para hacernos ver que cuidar el Medio Ambiente es algo esencial para el mundo en el que vivimos. Hay que tener en cuenta que cada vez somos más en el planeta y si no tomamos medidas para cuidar el entorno en el que vivimos, nuestras futuras generaciones no podrán disfrutar de un ambiente sano y equilibrado ecológicamente. MAGRAMA entiende por ello que la mejor forma de acercarse al ciudadano es a través de una campaña de marketing no lucrativo que nos ayude a entender la situación actual. Una campaña que consiga hacer al ciudadano concienciarse sobre la importancia de la sostenibilidad del entorno en el que vive. De esta forma se consigue que el ciudadano sea proactivo en el cuidado del medio ambiente.

Cuestión 2. ¿Cómo entiende y actúa el MAGRAMA ante esta normativa Europea?

MAGRAMA entiende que tiene que actuar de la forma más rápida y eficiente para poder realizar tal cambio propuesto por la Comisión Europea, de lo contrario no lograría cumplir con los requisitos exigidos a tiempo. Ecoembes es la apuesta de MAGRAMA para solucionar tal problema debido a que es la organización sin ánimo de lucro mejor preparada y con el mejor conocimiento de la materia para conseguir el resultado tan ambicioso que se les requiere. Otra de las razones por las que se eligió a Ecoembes, es por ser el encargado del reciclaje de los envases domésticos en España, al igual que el líder en Europa en eco diseño. Ecoembes cuenta con más de 12.000 empresas que reflejan su compromiso con el reciclaje y la preservación del medio ambiente. Otro punto a favor, es que Ecoembes desarrolla 300 campañas al año para sensibilizar a los ciudadanos en la importancia de su contribución al cuidado del medio ambiente. Ecoembes hace especial hincapié con los más pequeños, unos 750.000 niños al año

reciben educación ambiental, debido a que son el futuro de este planeta. Todas estas acciones realizadas por Ecoembes son las que llevan al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente a apostar por esta gran compañía. Para ello Ecoembes actúa lanzando la campaña emotiva de “Este es mi legado” para poder plasmar de una forma más efectiva y ser recordada como un gran mensaje para fomentar el reciclaje.

Cuestión 3. ¿Por qué medios Ecoembes decide transmitir esta campaña?

Ecoembes siendo muy consciente de la plena era tecnológica en la que nos adentramos, ha considerado que la mejor forma de llegar a todo su público objetivo de una forma clara, rápida y de convertirse en algo viral, es utilizando la herramienta de Redes Sociales. Por ello apuesta por las más populares, Facebook, Youtube, Twitter e Instagram. Facebook es la Red Social más utilizada a nivel mundial, por lo que si se quiere uno dar a conocer es la mejor forma y la más rápida. Youtube es la Red Social más importante cuando hablamos de vídeos, así que para hacer que la campaña publicitaria se haga viral, es por donde tienen que empezar. Por último Twitter e Instagram, son las Redes Sociales de los jóvenes, por lo que si queremos concienciar a los más pequeños, tenemos que apostar por ellos. Por esta razón decide realizar un concurso fotográfico a través de Instagram para poder obtener un marketing gratuito y poder involucrar a una mayor población otorgando un premio al ganador. También se inclinó por otros medios más tradicionales como pueden ser la TV, la radio, prensa. La empresa que acabo realizando la campaña fue nada más nada menos que una empresa del nivel de TBWA. Una empresa reconocida a nivel internacional y gran prestigio por sus habilidades comunicativas.

Cuestión 4. ¿Esta campaña publicitaria de marketing no lucrativo ha influido en la mejora de la concienciación del ciudadano?

Como podemos observar en los estudios estadísticos (página 7) posteriores, los porcentajes de reciclaje sorprenden por su gran aumento. Algunos de los datos que podemos ver en la figura 7, como que en 2012 se reciclaron el 70% de los envases, demuestran que la campaña de publicidad dio resultado en transmitir lo que pretendía, que el ciudadano es un eslabón muy importante e imprescindible en el cuidado del medio ambiente. El gran éxito se debe a que los usuarios han interiorizado el siguiente mensaje: “Sin embargo no todos podemos dejar imperios, fama o fortuna pero sí hay algo en lo que todos coincidimos. Y es en realidad lo más valioso, el legado que nos ofrece la propia naturaleza. Algo que debemos cuidar y conservar para que los que están por llegar puedan recibirlo como lo hemos hecho nosotros y lo puedan seguir disfrutando.” Con este mensaje lo que se quiere transmitir es que actualmente la herencia que debemos dejar a nuestros hijos o nietos, no son bienes materiales, sino algo de mucho más valor, como respirar un aire puro, ver paisajes naturales únicos, ver nadar a los peces en un río o visitar el campo donde se criaron sus abuelos. Cada generación pretende mejorar lo que deja para la siguiente, ese es el motor que nos hace avanzar.

4. Conclusiones

Cada persona tiene diferentes aspiraciones según su forma de ser y su nivel socio cultural. Pero existen algunas comunes a todos: vivienda digna, alimentación adecuada, educación, atención de la salud, un trabajo de acuerdo a las propias capacidades y momentos de recreación. Sin embargo al realizar un viaje, del que hablaremos a continuación, nos dimos cuenta que faltaba una más, la de vivir en un ambiente sano y equilibrado ecológicamente.

Nos impactó que algo tan importante como es el bienestar de todo el mundo, se haya hecho debido a una normativa impuesta por la Comisión de la Unión Europea, cuando tuvo que haber salido de los propios ciudadanos.

El año pasado tuvimos la oportunidad de viajar y conocer la cultura y las costumbres Estadounidenses. Lo que más nos llamó la atención fue la preocupación de los ciudadanos respecto al Medio Ambiente y lo concienciados que estaban desde tan pequeños. De hecho, el Gobierno proporciona más comodidades de las que se proporcionan actualmente en España, como por ejemplo, darte los cubos de basura para poder separar los residuos en tu casa, y a continuación, recogerlos en la puerta de tu casa.

Nos dio un poco de pena el regresar a España y ver otra vez lo poco eficiente que funciona el reciclaje en los hogares. Por ello pensamos que realizar un modelo de reciclaje de este nivel, ayudaría a fomentar el reciclaje de una forma más cómoda y eficiente.

Una nueva medida que pensamos que podría ayudar a impulsar a los ciudadanos a reciclar sería ofrecerles un cubo de basura que conste con tres separaciones (orgánico, papel y vidrio). Cada Municipio debería encargarse de facilitar este cubo de basura a cada familia empadronada en dicho Municipio.

Podría parecer un gasto innecesario a simple vista, pero si nos fijáramos en todos los beneficios que puede aportar al planeta el gasto en realidad es insignificante. Deberíamos verlo como una inversión a largo plazo, ya que si no lo hacemos ahora nos arrepentiremos cuando sea demasiado tarde a un coste mucho más elevado y con unas medidas mucho más drásticas.

Todos conocemos el dicho de “Es mejor prevenir, que curar”. Ahora tenemos que trasladarlo hacia: “Es mejor reciclar, que vivir en un Apocalipsis”.

Y si juntamos esta medida con la de recompensar de forma económica a aquellos que lo hagan, obtendríamos una sociedad con una trayectoria hacia un mundo más concienciado de la importancia del ecosistema en el que vivimos.

A pesar de que España se encuentra en la cabeza de los Países Europeos en temas de reciclaje, no hay que conformarnos, sino que debemos utilizarlo como una nueva motivación, para ser los pioneros y el país de referencia cuando se hable del cuidado del Medio Ambiente.

Esta fue una de las razones por las que queríamos realizar este proyecto, lo que queremos transmitir es que no solo debemos copiar modelos económicos o tecnológicos de los mejores, sino que algo tan importante como cuidar el entorno en el que vivimos debería estar más potenciado en nuestro país.

Nos impactó que algo tan importante como es el bienestar de todo el mundo, se haya hecho debido a una normativa impuesta por la Comisión de la Unión Europea, cuando tuvo que haber salido de los propios ciudadanos.

Consideramos que esta campaña de comunicación es un paso adelante hacia un futuro más sostenible. El éxito de esta campaña se ha debido en gran parte a la utilización en masas de las redes sociales, como vía principal para transmitir el mensaje.

Entendemos que lo que se quiere transmitir en el mensaje es algo más simple de lo que creemos. Basan su visión del futuro en que las nuevas generaciones puedan disfrutar de la naturaleza en vez de algo material, para ello todos tenemos que contribuir ya que no es una cosa de uno, sino de una sociedad conjunta.

En el mundo individualista en el que vivimos actualmente, en el que los individuos sólo nos preocupamos por nuestro bien propio, olvidamos lo que verdaderamente es importante: ya que sin un Planeta Tierra no podríamos existir. Las posiciones materiales que tuviésemos perderían todo su valor.

¿Y si os dijese que los arboles nos dan wifi? ¿Entonces reciclaríais? Pues os digo que nos dan algo mucho más importante, nos proporcionan con el oxígeno necesario para poder tomar otro respiro, ver a nuestros hijos crecer y poder disfrutar de este maravillosa mundo llamado Tierra.

Referencias

- Ciudadanos (2014). España supera su porcentaje de reciclado de envases y alcanza el 71,9% en 2013. Ecoembes. <http://www.ecoembes.com/es/ciudadanos/sala-de-prensa/notas-de-prensa/espana-supera-su-porcentaje-de-reciclado-de-envases-y> . Consultada a fechas 20.10.2014, 28.10.2014, 07.11.2014. y 10.11.2014.
- Coto, M. A. (2008). El plan de marketing digital: Blanded Marketing como integración de acciones on y offline. Madrid, ES: Prentice Hall.(66-67)
- De Durana, C. A. E. G. (2003). Marketing en ONG`s de desarrollo: para su aplicación y desarrollo. Madrid, ES: IEPALA. (151-168)
- Ecoembes (2014). Responsabilidad social corporativa. Página web oficial. <http://www.ecoembes.com/es/ciudadanos/eecoembes/responsabilidad-social-corporativa>. Consultada a fechas 20.10.2014, 28.10.2014, 07.11.2014 y 10.11.2014.
- Ecoembes(2014). El reciclaje de envases domésticos en España. Página web oficial. http://www.ecoembes.com/sites/default/files/resultados_2012.pdf. Conculcada a fecha 07.11.2014.
- Mestre, M. S. (2012). Marketing: Conceptos y estrategias (6th ed.). Madrid, ES: Pirámide. (682-728)

- Ministerio de agricultura alimentación y medio ambiente (2014). El MAGRAMA apuesta por una colaboración activa con todos los agentes involucrados en materia de reciclado para avanzar en este "reto común". Página web oficial. <http://www.magrama.gob.es/es/prensa/noticias/el-ministerio-de-agricultura-alimentaci%C3%B3n-y-medio-ambiente-apuesta-por-una-colaboraci%C3%B3n-activa-con-todos-los-agentes-involucrados-en-materia-de-tcm7-346621-16>. Consultada a fecha 07.11.2014.
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2014). Página web oficial. <http://www.magrama.gob.es/es/>. Consultada a fechas 20.10.2014 y 28.10.2014.
- Nieves, J. M. (2009). Ecoembes quiere gravar a los españoles con 140 millones de euros "extra" al año. ABC.es. <http://www.abc.es/20091201/sociedad-medio-ambiente/ecoembes-quiere-gravar-espanoles-200912011559.html>. Consultada a fecha 07.11.2014.
- Callback Studios (2013). Spot anuncio Ecoembes Y tú, ¿Qué vas a dejar campaña legado?. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OP9cxjiICc4>. Consultada a fecha 07.11.2014.
- Leguía, A. P., Valiño, P. C., Alvarez, M. M. S., & Gutiérrez, P. R. (2004). El marketing y las organizaciones no lucrativas: El marketing con causa (MCC). *International Review on public and Nonprofit Marketing*, 1(1), 125-137
- Sánchez, C. (2013). Las mentiras de Óscar Martín y Ecoembes. Unión Sindical Obrera (USO). http://www.retorna.org/news/es_ES/2013/03/01/0001/las-mentiras-de-oscar-martin-y-ecoembes. Consultada a fecha 07.11.2014.
- Robinette, S., Brand, C., & Lenz, V. (2001). *Marketing Emocional: El método de Hallmark para ganar clientes para toda la vida*. Barcelona, ES: Gestión 2000. (20-25)
- Moreno, R. R., & Molina, C. M. (2012). *Marketing público: Investigación, aplicaciones y estrategias*. Madrid, ES: ESIC editorial. (133-135)
- Smith, M. (Prólogo de Guy Kawasaki) (2012). *El nuevo marketing relacional*. Madrid, ES: Anaya Multimedia. (83-90)
- Weborma blog (2013). Campaña de TBWA para Ecoembes. Página web oficial. <http://www.blogweborama.es/campana-de-tbwa-para-ecoembes/>. Consultada a fecha 7.11.2014.

