

EL PAPEL DE CADA ACTOR

Prolongar la vida útil del producto

¿Sabías que?



La prolongación de la vida útil de los productos es un argumento de peso a favor de la circularidad, ya que permite reducir radicalmente el uso de recursos naturales y la generación de residuos, al tiempo que preserva el valor económico incorporado en los productos. Para ponerla en práctica y acelerar las economías sostenibles y circulares, exige la actuación de empresas, gobiernos y consumidores.

¿Qué puede hacerse?

Los gobiernos

El desarrollo de economías circulares exige la actuación del sector público para abordar e implementar estrategias de la prolongación de la vida útil de los productos. Las recomendaciones y oportunidades disponibles van desde el establecimiento de requisitos y normas hasta la concesión de incentivos a empresas o pequeñas empresas y la inversión en iniciativas educativas para los consumidores.

- ▶ **Establecer instrumentos legales y certificaciones** para regular el comercio de artículos remanufacturados, restaurados y reciclados.
- ▶ **Fijar leyes contra la obsolescencia programada** y establecer requisitos de diseño para la circularidad a fin de dar prioridad a una mayor vida útil de los distintos tipos de productos.



- ▶ **Establecer criterios mínimos de durabilidad** para diferentes tipos de productos.
- ▶ **Introducir un etiquetado de vida útil del producto** para informar y orientar a los consumidores durante las compras.
- ▶ Establecer una garantía ampliada para los productos o ampliar el periodo de la existente.

Educación de los consumidores

Campañas de concienciación

Es importante que los consumidores comprendan la importancia de la prolongación de la vida útil de los productos, lo que les permitirá comprometerse a adoptar mejores hábitos de consumo a través de enfoques multicanal e innovadores.

Información al consumidor

No sólo sobre la durabilidad del producto y la prolongación de su vida útil, sino también en relación con el etiquetado de eficiencia energética y las etiquetas ecológicas basadas en el ciclo de vida para educar a los consumidores a buscar opciones de alta calidad, mayor duración y eficiencia energética.

¿Qué puede hacerse?



Los consumidores

Un estilo de vida más consciente comienza con una mentalidad basada en comprar sólo lo necesario, elegir preferiblemente opciones sostenibles y tratar de preservar los objetos que se tengan en buen estado. Del mismo modo, las estrategias de la extensión de la vida útil de los productos pueden significar adoptar nuevos hábitos durante su compra, uso y eliminación. Es fundamental abandonar el concepto de que los artículos reutilizados, reparados, reacondicionados y refabricados son inferiores a los nuevos, así como es vital empezar a ver y comprender los beneficios que estos artículos aportan al medio ambiente y a la sociedad.

► **Proteger los productos:** cuidar bien los productos es una forma de alargar su vida útil, evitando daños que puedan afectar a su uso y, por tanto, reduciendo la demanda y los gastos con una nueva compra.

► **Dar una segunda finalidad a los artículos:** los productos que ya no se utilizan pueden alquilarse, venderse o donarse a alguien que los necesite, a organizaciones benéficas o a instalaciones de reciclaje que valoren su estructura.

► **Valorar los artículos usados:** comprar de segunda mano significa prolongar la vida útil de los artículos que aún pueden utilizarse. También es

una posibilidad de encontrar productos únicos y de contribuir a cambiar la idea de que se consideran artículos “pobres” (alternativas ya usadas/ desgastadas).

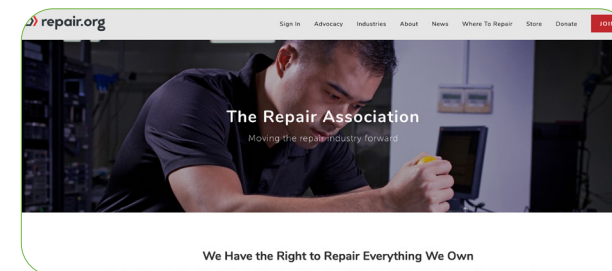
► **Comprometerse con la logística inversa:** devolver los productos a los productores después de su uso o dar un destino adecuado a un artículo que ya no es útil son formas de contribuir a los programas de logística inversa y a una economía circular

► **Valorar los productos fáciles de reparar:** al comprar un artículo, los consumidores pueden preferir las marcas que facilitan instrucciones de reparación, los productos cuyas piezas pueden

desmontarse fácilmente o el acceso a servicios de reparación y piezas de repuesto. También pueden acudir a cafés de reparación, donde la gente repara cosas junta, construyendo una comunidad que valora la extensión de la vida útil del producto y enriqueciendo el vecindario

► **Alquilar y compartir:** el concepto de productos como servicio. El consumidor no necesita poseer el artículo, sino que puede acceder a él cuando lo necesite, mediante el alquiler y el uso compartido. De este modo, un mismo producto puede satisfacer a muchos usuarios a lo largo de su vida útil.

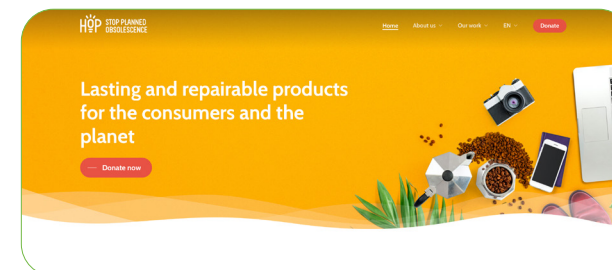
¡Conoce y participa!



Movimiento por el Derecho a Reparar

 repair.org

Basado en el concepto de que todo el mundo debe tener derecho a usar, modificar y reparar lo que posee cuando, donde y como quiera. El objetivo del movimiento es abogar por políticas, reglamentos, estatutos y normas favorables a la reparación de los productos o sus componentes a nivel nacional, estatal y local.



HOP Stop Planned Obsolescence

 stopobsolescence.org

Es una asociación que actúa de la mano de los ciudadanos y ayuda a los involucrados en las tomas de decisiones, proponiendo soluciones sistémicas en relación con la obsolescencia programada, proporcionando información a los consumidores sobre (la reparabilidad del producto, su ciclo de vida o la garantía del legislador) y ayudándoles a defenderse contra el fraude, especialmente con acciones legales.



Las empresas

Los productos deben diseñarse para cumplir sus funciones originales durante más tiempo y preferiblemente, teniendo en cuenta su circulación, a fin de evitar sustituciones innecesarias y permitir la reducción del uso de recursos naturales. Adoptar estrategias de prolongación de la vida útil de los productos es una oportunidad para mejorar los modelos de negocio, generar oportunidades de empleo, promover el consumo consciente y contribuir a una economía sostenible y circular.

- ▶ **Diseñar para la reparabilidad:** invertir en productos cuyo diseño se base en la facilidad de reparar, desmontar, fabricados con componentes que puedan sustituirse y que faciliten las actualizaciones, según sea el producto que se trate. Además, proporcionar información sobre reparaciones y piezas de repuesto para que los consumidores puedan intentar repararlo por su cuenta, agilizando el proceso y no dependiendo únicamente del fabricante. Esto puede aumentar la satisfacción del cliente y su fidelidad a la empresa o marca.
- ▶ **Productos de alta calidad:** procurar fabricar con mayor calidad, proporcionando productos y procesos duraderos, lo que puede ser una oportunidad para

aumentar la rentabilidad trabajando con materiales de mayor valor añadido

- ▶ **Proveedor de servicios:** un cambio a largo plazo sería pasar de vendedor de productos a proveedor de servicios, ofreciendo así servicios que garanticen la optimización del uso de los productos y logrando la lealtad de los clientes a la empresa o marca.
- ▶ **Adaptación:** adaptar modelos de negocio orientados a permitir la reutilización, el reacondicionamiento y la remanufactura, tomando en consideración toda la cadena de valor. Lo que puede traducirse a nuevas oportunidades de expansión del mercado, donde puedan abordarse el papel de las garantías e impulsarlo como un mercado en estos modelos de negocio.
- ▶ **Comunicar adecuadamente:** utilizar anuncios y campañas que ayuden a educar al consumidor sobre la importancia de la circularidad.

5 principios para comunicarse con los consumidores



Fiabilidad: asegúrate de que el mensaje refleja las pruebas y evidencias disponibles de manera precisa y verificable. La confianza de los consumidores es un requisito previo para garantizar que compran y utilizan los productos de forma más sostenible, intentando prolongar su vida útil



Relevancia: habla de las principales mejoras, destaca las características del producto que realmente marcan la diferencia a la hora de prolongar su vida útil o sus resultados generales en materia de sostenibilidad.



Claridad: haz que la información sea útil y fácil de entender. Por ejemplo, facilita orientaciones sencillas sobre cómo los consumidores pueden reparar el producto o sustituir sus componentes.



Transparencia: satisface el deseo de información de los consumidores. Si disponen de información suficiente, pueden evaluar las opciones y tomar decisiones más sostenibles.



Accesibilidad: que la información llegue al consumidor, a través de un mensaje visible preferiblemente en el propio producto y otros canales, que cubra todos los aspectos, desde la compra hasta el uso adecuado (mantenimiento, buen cuidado) y la eliminación.



Haz clic aquí para saber más

Esta infografía fue desarrollada como parte del Programa de Información al Consumidor de One Planet Network, producido por el Grupo de Trabajo de Extensión de la Vida Útil del Producto, dirigido por el PNUMA y el Instituto Akatu. La información presentada no implica ningún respaldo por parte de One Planet Network o sus socios en diferentes formas o propósitos. El objetivo es proporcionar información y ejemplos de diferentes enfoques que se pueden utilizar para prolongar la vida útil de los productos.