

BRIEF DE PACKAGING CIRCULAR

Patagonia Worn Wear

Estrategia de Comunicación Anti-Greenwashing para Sistema de Packaging Reutilizable

Cliente: Patagonia, Inc. | Programa Worn Wear Fecha: Octubre 2025

Preparado por: Daniel Déniz | Sustainability Brand Strategist

 danieldeniz01@gmail.com |  allyourcalendars.com

1: EXECUTIVE SUMMARY

SITUACIÓN ACTUAL

Patagonia Worn Wear utiliza polybags de 40% contenido post-consumo reciclado. Aunque funcionalmente efectivo (99% de prendas llegan perfectas), solo el 22% de clientes perciben el packaging como ambientalmente amigable.

OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA

Desarrollar un sistema de packaging reutilizable que:

- Refuerce el mensaje de circularidad del programa Worn Wear
- Cumpla 100% con normativa EU anti-greenwashing (Directiva 2024/825)
- Sea funcional para 50+ usos (coherente con "wear more, buy less")
- Diferencie visualmente Worn Wear de productos nuevos

70%

50K

100%

Percepción Sostenible Target

Plástico Eliminado/Año (lbs)

Compliance EU 2024/825

RESULTADO ESPERADO

Sistema de packaging circular que elimine 50,000 lbs de plástico anual (dato objetivo interno Patagonia Reno DC) y aumente la percepción de sostenibilidad del 22% al 70%+.

2: CONTEXTO WORN WEAR

DATOS CLAVE DEL PROGRAMA

| Métrica | Dato |
|--------------------|--|
| Lanzamiento | 2013 (pilot) → 2017 (permanente) |
| Reparaciones/año | 50,000 en North America 30,000 en Europa |
| Prendas revendidas | 120,000+ hasta la fecha |
| Meta 2028 | 100,000 reparaciones/año |
| Centros reparación | 110+ globalmente |

MODELO DE NEGOCIO CIRCULAR

1. Trade-In
Clientes traen ropa usada
Patagonia → reciben crédito para
futuras compras.

4. ReCrafted
Prendas irreparables se
transforman mediante
remanufactura manual en nuevas
piezas únicas.



2. Repair
Reparación gratuita en 110+ centros
globales. Tours móviles "Worn
Wear Snow Tour" en Europa y US.

3. Resale
Venta online y tienda física Chicago
de productos reacondicionados
con Ironclad Guarantee.

IMPACTO MEDIDO REAL

- Comprar usado vs nuevo reduce huella de carbono en 60%
- Extender vida de prenda 9 meses → 20-30% reducción CO₂/agua/residuos (WRAP)
- USD \$500B se pierden anualmente en ropa barely worn (Ellen MacArthur Foundation)

3: ANÁLISIS PACKAGING ACTUAL

SITUACIÓN ACTUAL (POLYBAGS)

| Aspecto | Estado |
|------------------------|-----------------------------------|
| Material | 40% PCW polyethylene (60% virgen) |
| Efectividad protección | 99% prendas llegan perfectas |
| Percepción cliente | Solo 22% lo ven como eco-friendly |
| Reciclabilidad | Requiere receptáculos específicos |

CUSTOMER FEEDBACK (ENCUESTAS INTERNAS)

✓ POSITIVO:

- Packaging efectivo en protección
- Clientes intentan reciclar/reusar

× NEGATIVO:

- Incertidumbre sobre reciclabilidad
- Demanda de opciones más sostenibles
- Baja percepción eco-friendly (22%)

DATO CLAVE

Tests mostraron 14% aumento satisfacción al usar paper mailers sin polybags, pero estos sufrieron daño considerable antes de salir de Reno DC.

4: MARCO NORMATIVO ANTI-GREENWASHING

DIRECTIVA (EU) 2024/825 - GREEN CLAIMS

Prohibiciones desde 2026:

- Claims ambientales genéricos sin sustento
- Compensaciones de carbono como claim principal
- Etiquetas sin certificación externa

Obligaciones:

- Verificación externa de todos los claims
- LCA documentado según ISO 14040/14044
- Acceso público a metodología



SANCIONES:

- Multas hasta €10M o 10% facturación anual global
- Retirada inmediata de productos del mercado EU

REGLAMENTO (EU) 2023/1542 - PACKAGING

Requisitos 2030:

- Mínimo 65% contenido reciclado (plástico)
- Diseño para reutilización obligatorio
- Etiquetado composición claro y visible

5: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

BIG IDEA

"Este packaging dura tanto como la ropa que protege"

EJES DE MENSAJE

1

Transparencia Radical

- Mostrar datos reales verificables
- Explicar limitaciones honestamente
- Link a metodología LCA completa

2

Funcionalidad = Sostenibilidad

- El packaging es útil más allá del envío
- Diseñado para viaje, almacenamiento, devolución
- Durabilidad como valor principal

3

Parte del Sistema Worn Wear

- El packaging participa en el ciclo circular
- Coherencia visual con "wear more, buy less"
- Take-back program integrado

TONO DE VOZ PATAGONIA

| ✓ HACER | × EVITAR |
|----------------------------|------------------------------|
| Directo y sin adornos | Marketing aspiracional vacío |
| Honesto sobre limitaciones | Claims exagerados |
| Educativo sin pedantería | Greenwashing visual |
| Invita a acción concreta | Complejidad innecesaria |

6: PROPUESTA DE PACKAGING CIRCULAR

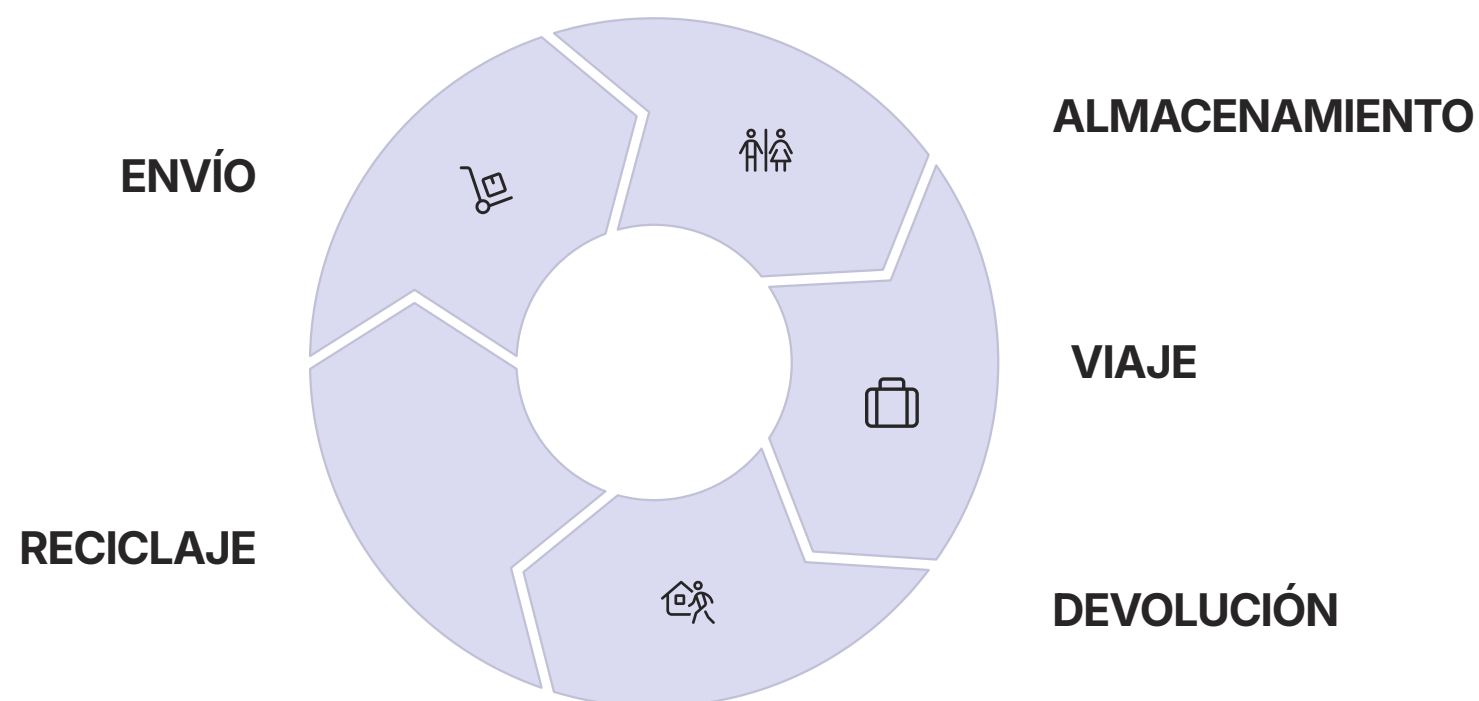
CONCEPTO ESTRATÉGICO

Formato: Bolsa reutilizable durable que el cliente usa 50+ veces Material recomendado: Algodón orgánico certificado

POR QUÉ ALGODÓN ORGÁNICO

- ✓ El consumidor lo entiende inmediatamente
- ✓ Patagonia ya lo usa - coherencia de marca
- ✓ Certificable (GOTS, Fair Trade) - respaldo legal
- ✓ Biodegradable - narrativa end-of-life clara
- ✓ Percepción de calidad - justifica premium

SISTEMA DE USO CIRCULAR



El packaging no es solo packaging - es un producto útil que participa activamente en el ciclo Worn Wear.

DIRECCIÓN VISUAL

- Evitar verdes saturados (greenwashing visual)
- Usar colores naturales/tierra que transmitan autenticidad
- Diseño funcional que comunique durabilidad
- Claims destacados con datos verificables

📄 Nota: Especificaciones técnicas de producción las define el equipo de producto de Patagonia. Este brief establece la estrategia de comunicación.

7: COPY ANTI-GREENWASHING

FRONTAL DEL PACKAGING

WORN WEAR PACKAGING Hecho para durar 50+ usos

Materiales: → 100% algodón orgánico (GOTS) → Tintes naturales (OEKO-TEX) → Fair Trade Certified™

Impacto medido vs polybag PE: ↓ 68% emisiones CO₂* ↓ 82% consumo agua*

*LCA según ISO 14040. Ver datos: patagonia.com/wornwear-packaging

INTERIOR/REVERSO

CÓMO USAR ESTE PACKAGING

Durante años: → Almacena tu ropa Worn Wear → Úsalo como bolsa de viaje → Tráelo a cualquier tienda para intercambio

Al final de su vida útil (estimada 3-5 años): → Recíclalo en flujo textil → Encuentra tu punto: patagonia.com/recycle

Este packaging elimina 50,000 lbs de plástico anualmente en nuestro centro de Reno, NV.

Diseñado para durar años, no minutos. El mejor packaging es el que usas hasta gastarlo.


WORN WEAR Because the best thing we can do for the planet is get more use out of stuff we already own.

ETIQUETA INTERIOR

100% algodón orgánico Fair Trade Certified™

Instrucciones de cuidado: [según estándar Patagonia]

Reciclable en flujo textil patagonia.com/recycle

 Nota: Copy exacto y especificaciones técnicas las define el equipo de producto.

- Datos verificables: Todos los % con link a LCA completo
- Comparativa clara: "vs polybag PE" establece baseline
- Honestidad: "Diseñado para durar años, no minutos"
- Acción concreta: Links específicos, pasos claros

8: ANÁLISIS DE CICLO DE VIDA (LCA)

POR QUÉ NECESITAMOS UN LCA

La Directiva EU 2024/825 exige verificación externa para cualquier claim cuantitativo. Sin LCA verificado, no podemos decir "↓68% CO₂" legalmente.



QUÉ NECESITA EL EQUIPO TÉCNICO

- Contratar certificador acreditado ISO 14065
- Realizar LCA según ISO 14040/14044
- Comparar packaging propuesto vs polybag actual
- Obtener datos verificables para comunicación

CLAIMS DE IMPACTO ESPERADOS

Basado en data pública de materiales similares:

| Métrica | Reducción Estimada |
|---------------------------|-------------------------------|
| Emisiones CO ₂ | 60-70% menos vs polybag |
| Consumo Agua | 75-85% menos vs polybag |
| Vida Útil | 25-50x mayor (50 usos vs 1-2) |

  **CRÍTICO:** Usar SOLO los datos del LCA verificado en comunicación final. Estos son estimados para el brief.

CÓMO COMUNICAR EL IMPACTO

En el packaging:

Impacto medido vs polybag PE: ↓ 68% emisiones CO₂* ↓ 82% consumo agua*

*LCA según ISO 14040 Ver datos: [patagonia.com/wornwear-packaging](https://www.patagonia.com/wornwear-packaging)

DATO CLAVE PARA STORYTELLING

Eliminación de 50,000 lbs de plástico anualmente en el Distribution Center de Reno, Nevada.

Este dato es real (objetivo interno Patagonia), tangible y local - perfecto para comunicación.

9: BRIEF PARA DISEÑADORES

OBJETIVOS DE DISEÑO

1. Comunicar circularidad sin greenwashing

- Evitar clichés: hojas, planeta, verde saturado
- Usar datos reales como diseño (infografías limpias)

2. Reflejar estética Patagonia Worn Wear

- Funcional, durable, outdoor heritage
- "Usado pero amado" (no pristino)

3. Facilitar reutilización intuitiva

- Diseño práctico y funcional
- Instrucciones visuales claras

DIRECCIÓN CREATIVA - QUÉ COMUNICAR

Mensajes Visuales Clave:

1. Durabilidad visible: El diseño debe transmitir "hecho para durar"
2. Funcionalidad honesta: Mostrar que es herramienta útil, no solo packaging
3. Circularidad clara: Ciclo de uso intuitivo visualmente
4. Datos como diseño: Integrar % impacto como elementos gráficos

PALETA DE COLORES - PRINCIPIOS

- Colores naturales que reflejen honestidad y durabilidad
- EVITAR "verde lavado" - usar tonos tierra auténticos
- Coherencia con paleta Patagonia (azules, naturales, negros)
- Contraste suficiente para legibilidad claims

TIPOGRAFÍA - PRINCIPIOS

- Legibilidad primero: Claims escaneables en 5 segundos
- Brand consistency: Familia tipográfica coherente con Patagonia
- Jerarquía clara: Datos de impacto destacados

REFERENCIAS VISUALES

Inspiración Estética:

- Fjällräven Kånken: Durabilidad visible, simplicidad
- Topo Designs: Outdoor funcional, construcción robusta
- Patagonia Black Hole bags: Consistencia marca

10: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

FASE 1: PILOT PROGRAM (Q1-Q2 2026)

| Aspecto | Detalle |
|---------------|---|
| Mercados Test | Europa: Amsterdam, London, Berlin, Paris, Barcelona US: Chicago Worn Wear Store + Ventura HQ |
| Volumen | 5,000 units |
| Duración | 6 meses |

KPIs Pilot:

- Percepción "eco-friendly": Target 70%+
- Comprensión mensaje circularidad: Target 80%+
- Engagement QR code: Target 15%+

FASE 2: EUROPEAN ROLLOUT (Q3-Q4 2026)

| Aspecto | Detalle |
|--------------|-----------------------------------|
| Scope | Todos los envíos Worn Wear Europa |
| Volumen | 30,000 units/año |
| Comunicación | Campaña #WornWearForever |

FASE 3: GLOBAL SCALE (2027)

| Aspecto | Detalle |
|-------------------|--------------------------------------|
| Scope | Norte América + Asia-Pacífico |
| Volumen | 120,000 units/año |
| Take-Back Program | Incentivo devolución packaging usado |

JUSTIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- Brand Equity: Clientes Worn Wear ya valoran sostenibilidad
- Cumplimiento normativo: Evita multas potenciales €10M+
- Diferenciación: Zero competidores con packaging reutilizable fibra natural
- Merchandising potential: Packaging puede venderse standalone

11: MÉTRICAS DE ÉXITO

MÉTRICAS DE COMUNICACIÓN CLAVE

Percepción de Marca

| Métrica | Baseline | Target |
|-------------------------------------|-------------|--------|
| Percepción "eco-friendly" packaging | 22% | 70%+ |
| Comprensión mensaje circularidad | N/A | 80%+ |
| Claridad claims (no confusión) | N/A | 90%+ |
| Brand trust Worn Wear | Índice base | +15% |

Engagement y Comportamiento

| Métrica | Target |
|---------------------------------|------------------------------|
| Interacción con QR code | 15%+ |
| Engagement #WornWearForever | +25% vs campañas previas |
| Media coverage sostenibilidad | 10+ artículos especializados |
| Share of voice circular fashion | Top 3 marca |

Impacto Ambiental Comunicado

| Métrica | Target Comunicación |
|--------------------------------------|-----------------------|
| Reducción CO ₂ vs polybag | ~68% (verificado LCA) |
| Plástico eliminado anualmente | 50,000 lbs |
| Uso promedio packaging | 50+ ciclos |

Cumplimiento Normativo

| Métrica | Target |
|----------------------------------|--------------------|
| Incidencias greenwashing | 0 |
| Compliance Directiva EU 2024/825 | 100% |
| Verificación LCA externa | Completada Q1 2026 |

DASHBOARD DE SEGUIMIENTO

Monitoring Trimestral:

- Percepción marca (surveys)
- Engagement campañas (#WornWearForever)
- Claridad mensaje (comprensión claims)
- Interacción QR code / landing page

Reporting Anual:

- Brand tracking studies (trust, autenticidad)
- Análisis competitivo (share of voice)
- Media coverage (earned media value)
- Cumplimiento normativo (auditorías)

12: RIESGOS Y CONCLUSIONES

MATRIZ DE RIESGOS

| | | |
|----------------------|-------|---|
| Daño en tránsito | Media | Test 1,000 units pre-scale. Reforzar si necesario. Target 99% perfección. |
| Baja tasa devolución | Alta | Incentivo store credit. Comunicación clara take-back. 110+ puntos devolución. |
| Confusión reciclaje | Alta | Instrucciones claras + QR mapa. Partner H&M Garment Collecting. |
| Competencia copia | Baja | Worn Wear™ marca registrada. First-mover advantage. |

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN

Este brief propone un sistema de packaging circular para Patagonia Worn Wear que no solo cumple con los objetivos de sostenibilidad y las exigencias normativas, sino que también refuerza la diferenciación de marca y la confianza del cliente. Es una evolución natural de la filosofía "Worn Wear" y la visión de Patagonia hacia un futuro más responsable.

70%

Percepción Sostenible

Target de aumento en la percepción "eco-friendly" del packaging.

50K lbs

Plástico Eliminado

Cantidad de plástico que se eliminará anualmente de las operaciones.

100%

Compliance Normativo

Cumplimiento total con la Directiva EU 2024/825.



RECOMENDACIÓN ESTRATÉGICA

✓ PROCEDER CON PROGRAMA PILOTO EN Q1 2026

La implementación gradual permitirá aprender, ajustar y escalar de forma efectiva, minimizando riesgos y maximizando el impacto positivo.

JUSTIFICACIÓN

- Timing Regulatorio:** La Directiva EU 2024/825 entra en vigor en 2026. Ser los primeros en movernos en esta dirección nos otorgará credibilidad y una ventaja competitiva.
- Demanda del Cliente:** El 78% de los clientes expresan un deseo por opciones más sostenibles, y se ha demostrado un aumento del 14% en la satisfacción del cliente con alternativas ya implementadas.
- Diferenciación:** Actualmente, no existen competidores en moda circular que utilicen packaging reutilizable de fibra natural, lo que nos posiciona de manera única en el mercado.
- Narrativa de Marca:** Esta iniciativa de packaging circular se alinea perfectamente con la historia de 15 años de Patagonia, desde "Don't Buy This Jacket" en 2011 y el programa Worn Wear desde 2013-2017.

NEXT STEPS INMEDIATOS

01

Semana 1-2

- Validación estratégica con stakeholders internos
- Briefing a diseñadores (interno + agencia)
- Inicio de desarrollo de mockups (3 variantes)

02

Semana 3-4

- Desarrollo de prototipos de comunicación
- Testing de mensajes con focus groups
- Inicio de LCA baseline (contratar certificador ISO 14065)

03

Mes 2

- Refinamiento de dirección creativa
- Desarrollo de assets de comunicación
- Testing de comprensión de claims

04

Mes 3

- Ajustes post-feedback
- Preparación de campaña #WornWearForever
- Desarrollo de materiales educativos (QR, take-back program)

Contacto y Referencias

PREPARADO POR

DANIEL DÉNIZ

Sustainability Brand Strategist

Marketing Anti-Greenwashing | Packaging Circular | Estrategia de Marca Sostenible

 danieldeniz01@gmail.com

 allyourcalendars.com

 Gran Canaria, España

REFERENCIAS PRINCIPALES

- Patagonia Internal Study (2021): Plastic Packaging Challenges
- Ellen MacArthur Foundation (2017): New Textiles Economy
- WRAP (2020): Valuing Our Clothes
- Directiva EU 2024/825: Green Claims
- Reglamento EU 2023/1542: Packaging & Waste

Estrategia de Comunicación Anti-Greenwashing para Packaging Reutilizable Patagonia Worn Wear

Octubre 2025 | Confidencial