

La estrategia de marca de las empresas pasa por un desarrollo sostenible obligado, según Michael Stausholm fundador de SproutWorld

[Multimedia](#)

Michael Stausholm es Director ejecutivo y fundador de SproutWorld, la compañía creadora de los famosos lápices SproutWorld patentados y plantables. Una herramienta que se ha convertido en todo un símbolo de la transformación sostenible para empresas y particulares

En un llamado a la acción hacia la sostenibilidad en la industria de productos promocionales, Michael Stausholm, fundador de SproutWorld (www.sproutworld.com), destaca la necesidad de dejar atrás los obsequios convencionales en favor de opciones más respetuosas con el medio ambiente.

Stausholm señala que la distribución de bolígrafos de plástico con logotipos, memorias USB y otros regalos baratos fabricados en China ya no es adecuada, ya que la mayoría de estos productos terminan desechados en vertederos, según estudios recientes.

El fundador de SproutWorld enfatiza la importancia de cinco consideraciones clave que las empresas deben tener en cuenta al seleccionar sus regalos promocionales para el nuevo año:

1. **Utilidad:** Los regalos deben agregar valor real al destinatario y adaptarse al contexto y al público objetivo.
2. **Huella ambiental:** Es esencial considerar el ciclo de vida del producto, desde su fabricación hasta su disposición final, priorizando aquellos que tienen una segunda vida o que son fácilmente reciclables.
3. **Sostenibilidad verificada:** Ante la práctica de GreenWashing, se requieren pruebas tangibles de la sostenibilidad de los productos promocionales, incluidas certificaciones válidas y datos verificados.
4. **Calidad sobre precio:** Aunque el costo es un factor a considerar, se insta a las empresas a priorizar la calidad y la ética sobre la cantidad y el precio, reflejando los valores y estándares de la empresa.
5. **Feedback y evaluación continua:** La retroalimentación de los clientes es fundamental para evaluar la efectividad de los regalos promocionales y ajustar la estrategia en consecuencia.

En última instancia, Stausholm y SproutWorld abogan por un enfoque consciente del medio ambiente y una calidad superior en la selección de regalos promocionales, con el objetivo de destacarse en la mente de los clientes y contribuir positivamente al cuidado del planeta.

La urgencia de adoptar prácticas empresariales más sostenibles, ecológicas y conscientes se presenta como un imperativo para las empresas en la actualidad. Con consumidores cada vez más informados y comprometidos con el medio ambiente, aquellas empresas que no prioricen la sostenibilidad corren el riesgo de quedarse rezagadas en un mercado cada vez más exigente y competitivo.

La demanda de empresas sostenibles no solo proviene de una preocupación por el medio ambiente, sino también de una creciente conciencia sobre el impacto social y económico de las decisiones empresariales. Aquellas organizaciones que abracen la sostenibilidad no solo se alinearán con las expectativas de sus clientes, sino que también estarán posicionándose para un futuro más resiliente y ético en el mundo empresarial.
