



FICHA RETO CUEROS VÉLEZ

RETO

¿Cómo + acción + situación problema + objetivo?

Desarrollar una materia prima a partir de residuos generados durante la transformación del cuero, direccionada a la creación de productos de moda (calzado, bolsos, marroquinería, cinturones y prendas de vestir) que cumplan con las características de apariencia, resistencia mecánica y que sea transformable.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

¿Cuál es el objetivo estratégico que enmarca el reto? Ejemplo: Mejorar la calidad de sus bienes y servicios; Reducir los tiempos de respuesta a las necesidades del cliente y proveedor; Incrementar o mantener su participación de mercado y Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la producción de bienes y servicios.

Desarrollo de productos de lujo artesanal incorporando materiales sostenibles.

El propósito superior de la compañía se centra en inspirar estilos de vida soñados, utilizando prácticas de sostenibilidad de cara a la experiencia del cliente; esto hace que hoy evolucionemos a tener prácticas y procesos de aprovechamiento de los residuos que se generan durante la transformación de la piel de inicio a fin, con el fin de darle continuidad al negocio y generar alternativas que desempeñen un papel funcional, ético y ambientalmente responsable; además de diversificar nuestro portafolio y de esta manera atraer más público consciente.

<p>ANTECEDENTES ¿Qué está generando un problema? ¿Cómo se ha intentado solucionar el reto hasta ahora? Detalla las iniciativas ya realizadas que dan información de éxitos y fracasos.</p> <p>La generación de residuos de producción de productos en cuero se debe a los siguientes: *La moda. *Consumismo. *Crecimiento de la marca. *Buena disposición de las pieles - Sacrificio de la industria cárnica. *Cambios generacionales / culturales - Consciencia de los consumidores. *Errores en producción - Reprocesos. *Calidad de MP - Sobreconsumo de producción. *Errores humanos al calcular consumos y al comprar MP. *Paradigmas alrededor del cuero.</p> <p>La Innovación constante de las empresas de moda crean la necesidad de búsqueda de alternativas conscientes y sostenibles, sin embargo, el público en general crea barreras sin conocer realmente el proceso y procedencia de la materia prima (transformación de residuos de la industria cárnica en producto terminado). Es por ello que la empresa trabaja arduamente implementando prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente. Por ejemplo, la ejecución e implementación de proyectos sostenibles - entre estos- desarrollos de materiales alternativos relacionados con el cuero, incorporación de residuos de la industria en suelas para calzado y otros materiales (reutilización - cassata, etiqueta), co-creación con otras empresas, uso productos base agua, entre otros.</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD Explicar claramente el dolor actual, esa situación problemática que no se ha podido solucionar y que genera unos efectos negativos o también la oportunidad que la empresa desea aprovechar. *Deseado: Datos que midan la magnitud del problema . El costo operacional, financiero, reputacional o de oportunidad que paga la empresa por no solucionar la necesidad</p> <p>El impacto ambiental generado a partir de los residuos generados en las industrias manufactureras, en este caso relacionada con procesamiento y transformación de cuero, hace que el comprador consciente reconozca el proceso desde un punto de vista negativo, sin tener en cuenta que la compañía aprovecha y transforma pieles que son un subproducto de la cadena primaria de cárnicos y lácteos, evitando de esta manera la inadecuada disposición de las pieles las cuales generarían grandes impactos al ambiente y a la salud.</p> <p>Por lo tanto, la disposición de los residuos generados durante la transformación de la piel desde su inicio hasta el fin, se convierte en un segundo foco de aprovechamiento y búsqueda de alternativas funcionales y sostenibles.</p>	<p>POBLACIÓN AFECTADA ¿Quiénes son las personas que actualmente perciben la necesidad y se ven afectadas por no tener una solución? ¿Aquí pueden estar involucrados: Proveedores, distribuidores, clientes, roles o áreas internas de la compañía</p> <p>Toda la compañía en general percibe la necesidad de desarrollar oportunidades y alternativas de reuso y reutilización de subproductos o residuos que se generan durante la transformación del cuero desde el inicio hasta el final - en el producto terminado.</p> <p>Personas conscientes de consumir productos sostenibles y de menor huella ambiental.</p> <p>Desde el Diseño, el desarrollo de la muestra - ingeniería, compras, plantas de producción, procesos que generan residuos en la producción y no van en el PT. TODA LA ETAPA PRODUCTIVA.</p>
<p>¿QUÉ RESULTADOS ESPERA OBTENER? Objetivos a cumplir, beneficios para el público objetivo. Deseado: Datos, cifras, porcentajes que permitan medir la solución . El valor monetario que podrían obtener si solucionan la necesidad.</p> <p>Cumplir con la demanda, la moda, generando valor económico y evitando la generación y disposición final de los residuos en el basurero, optimizando al máximo el aprovechamiento de la MP.</p> <p>Dar soluciones innovadoras y altamente rentables, basadas siempre en tecnologías emergentes que ayuden al impacto ambiental, lo que se verá reflejado en un aumento de consumidores.</p> <p>Estar posicionados como marca con materiales diferenciadores y de calidad en el mercado que reduzcan el impacto ambiental como propuesta de valor.</p>	<p>REQUISITOS ¿Cuál es el alcance de la solución? Listar los aspectos mínimos a tener en cuenta en la solución: Técnicos, económicos, de uso, normativos, tiempo de ejecución, entre otros</p> <p>Material/ Materiales que cumplan con características de calidad y pruebas de laboratorio, los cuales se puedan incorporar en el portafolio de la marca (en un PT) o tengan un impacto positivo por su reutilización en otras industrias (alianzas estratégicas). Precio asequible - igual o similar a otros de la misma línea en el mercado. Proceso de producción ágiles y reproducibles. Baja huella de carbono. Bajo impacto ambiental. Material transformable.</p>	<p>TIPO DE INNOVACIÓN Mejora proceso, innovación continua, innovación disruptiva</p> <p>Innovación continua</p>
<p>TIPO DE SOLUCIONADORA DESEADA Startup, empresa desarrolladora de producto o servicio, grupo de investigación, consultora.</p> <p>Empresa desarrolladora de producto. Alianza con empresa / emprendimiento para la transformación de los residuos.</p>	<p>RANGO DE PRESUPUESTO Permite saber el nivel de detalle y complejidad que se ofrece en la solución</p> <p>Alianzas estratégicas e incorporación del producto en la marca</p>	<p>RANGO DE TIEMPO Rango de tiempo en el cual la empresa espera tener una solución</p> <p>Entre 6 meses y un año</p>