

nov 30, 2011 | Post by: Gema      No Comments

## Diseñando "Cradle to Cradle"

Claudia y Almudena son el valor humano detrás de "Oncediez"; comenzaron esta aventura porque en sus antiguos trabajos como diseñadoras no se buscaba una resolución a los "retos" que se les presentaban de manera que fueran beneficiosos para el cliente, el usuario, la sociedad y el planeta, sino que sólo se buscaba un beneficio económico. Ellas querían una empresa sostenible que aportara valor al mundo, y así lo hicieron.



Los tres valores de su empresa son sostenibilidad, colaboración y co-innovación; han creado un ecosistema relacionándose con colaboradores para poder llevar a cabo su actividad "Crear experiencias, valor sostenible y calidad de vida a través del Diseño", desde el diseño de nuevos modelos de negocio hasta cualquier tipo de producto, para que desde el inicio cualquier idea de negocio sea sostenible en todas las vertientes (social, económica y medio ambiental).

Su especialización es la Identidad, imagen y comunicación de las Empresas: "Identificamos, creamos y comunicamos el valor de la empresa integrando la sostenibilidad y la innovación para construir un sistema. Por ejemplo, en la comunicación que nuestros clientes hacen hacia sus usuarios, desarrollamos maneras de optimizar recursos (si es posible hasta la desmaterialización), esto repercute en favorecer al planeta y reducir costes.



Para la otra faceta de su empresa, el diseño de productos "Cradle to Cradle"\* (de la cuna a la cuna), buscan en cualquier material una oportunidad de darle una segunda vida; en el caso de las cámaras de ruedas, los innertubes los usan para bolsos, así como lonas de vallas publicitarias, textiles, etc... transformados en objetos útiles para la vida cotidiana.

"En el tema de los innertubes lo que queríamos era cerrar el ciclo y que una vez el cliente terminara de usar el producto pudiera ir a los centros de donde provienen estos materiales y depositarlos para un nuevo uso, es decir, usarlos como ingredientes técnicos que puedan ser usados una y otra vez, por ejemplo, el caucho podría ser usado de nuevo como amortiguador en las vallas de carreteras como se está empezando a usar.



El valor de un producto se puede incrementar en muchos sentidos; el resultado tiene que ser significativo y útil para el usuario, así como para el medio ambiente y la sociedad...Identificar el valor, crear el valor y comunicarlo es la clave en este proceso; la persona que va a intercambiar tu valor (producto) por su valor (dinero) si tiene claro ese valor añadido, va a estar de acuerdo y lo va a querer adquirir.

Comunicar es una de las tareas más importantes y necesarias ahora mismo debido a la falta de información en el mercado. Por ejemplo, el no usar un forro interior para los bolsos de "innertube" para que se reduzca la diversidad de materiales empleados y la separación de materiales facilite el proceso de reciclado ("Cradle to Cradle") ha sido una decisión de empresa que tenemos que comunicar con claridad, porque no se entendería un bolso sin forro sin esta explicación. Otras empresas no tienen esta reflexión en sus productos, añaden más materiales (PVC, cintas, etc...) y por lo tanto más recursos, creando un producto con material reciclado pero que para volver a recuperar el material para usarlo de nuevo como ingrediente técnico es necesario más tiempo y más recursos, y quizás en el siguiente ciclo sea rechazado a un montón de basura como el resto de productos; también muchas empresas deslocalizan la producción de sus bolsos y no fomentan el trabajo local.



Como decíamos al principio para nosotras es muy importante crear valor porque creemos en ello, nos supone un reto y nos divertimos buscando las soluciones a la vez que sabemos que estamos construyendo un mundo más sostenible”.

**Muchas gracias Almudena y Claudia, os deseamos mucha suerte en este camino y que consigáis ayudar a muchas empresas a encontrar el suyo.**

\*De la cuna a la cuna (en inglés: Cradle to Cradle), subtítulo: Rediseñando la forma en que hacemos las cosas, es un libro innovador y revolucionario escrito por Michael Braungart y William McDonough en el que se propone una nueva forma de interpretar el ecologismo, la Próxima Revolución Industrial.

Gema