



semana
de la
ingeniería
2022

| El poder de la ingeniería
en la innovación

6 | 7 | 8 | 9 JUNIO

presencial + streaming





Estrategias ambientales de **alto impacto**

Empresa



Certificada

www.kolibri.la

[in /kolibri](https://www.linkedin.com/company/kolibri)

[@ /kolibri_la](https://www.instagram.com/kolibri_la)



2021



Prem Demian Zalzman

Sr Manager de Innovación Estratégica | prem@kolibri.la |



Contexto

Cambio climático



Contexto

Pérdida de la biodiversidad



Contexto

Polución del plástico



Año 1955



Throwaway Living

DISPOSABLE ITEMS CUT DOWN HOUSEHOLD CHORES

The objects flying through the air in this picture would take 40 hours to clean—except that no housewife need bother. They are all meant to be thrown away after use. Many are new; others, such as paper plates and towels, have been around a long time but are now being made more attractive.

At the bottom of the picture, to the left of a New York City Department of Sanitation trash can, are some throwaway vases and flowers, popcorn that pops in its own pan. Moving clockwise around the photograph come assorted frozen food containers,

a checkered paper napkin, a disposable diaper (seriously suggested as one reason for a rise in the U.S. birth rate) and, behind it, a baby's bib. At top are throwaway water wings, foil pans, paper tablecloth, guest towels and a sectional plate. At right is an all-purpose bucket and, scattered throughout the picture, paper cups for beer and highballs. In the basket are throwaway draperies, ash trays, garbage bags, hot pads, mats and a feeding dish for dogs. At the base of the basket are two items for hunters to throw away: disposable goose and duck decoys.

CONTINUED

Año 1955
Revista LIFE

“La vida desechable”

“Los objetos que vuelan por el aire en esta imagen tardarían 40 horas en limpiarse [...]”



Año 1955



Throwaway Living

DISPOSABLE ITEMS CUT DOWN HOUSEHOLD CHORES

The objects flying through the air in this picture would take 40 hours to clean—except that no housewife need bother. They are all meant to be thrown away after use. Many are new; others, such as paper plates and towels, have been around a long time but are now being made more attractive.

At the bottom of the picture, to the left of a New York City Department of Sanitation trash can, are some throwaway vases and flowers, popcorn that pops in its own pan. Moving clockwise around the photograph come assorted frozen food containers,

a checkered paper napkin, a disposable diaper (seriously suggested as one reason for a rise in the U.S. birth rate) and, behind it, a baby's bib. At top are throwaway water wings, foil pans, paper tablecloth, guest towels and a sectional plate. At right is an all-purpose bucket and, scattered throughout the picture, paper cups for beer and highballs. In the basket are throwaway draperies, ash trays, garbage bags, hot pads, mats and a feeding dish for dogs. At the base of the basket are two items for hunters to throw away: disposable goose and duck decoys.

CONTINUED

06.2018

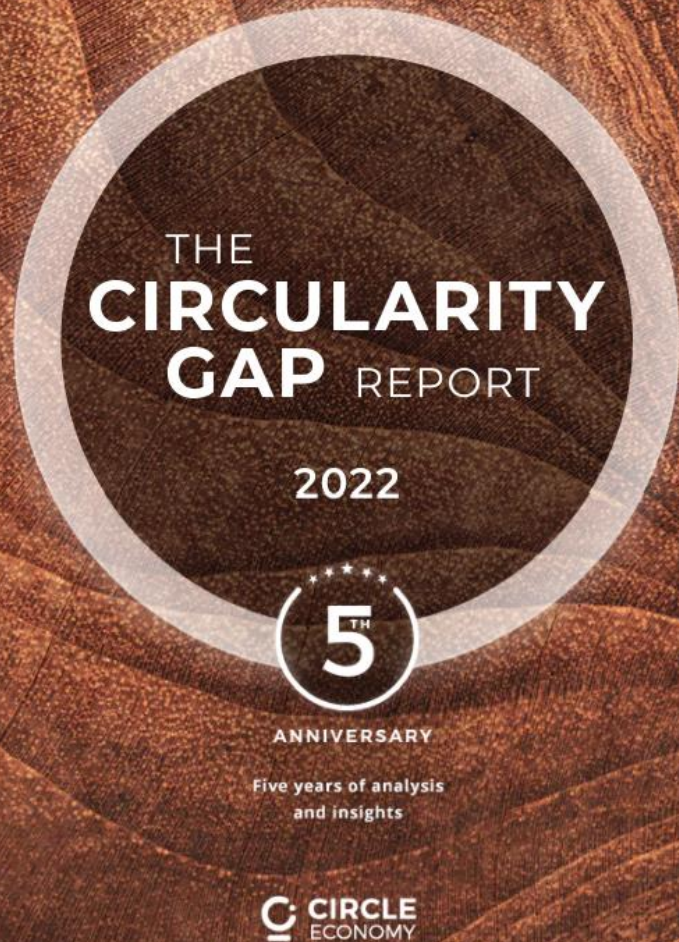
Año 2019



Plásticos de
un solo uso



Viralización de **reacciones regulatorias** a las problemáticas



En los últimos 50 años, la población mundial se duplicó, pero la cantidad de materiales extraídos **se cuadruplicó**, rompiendo el límite de 100 mil millones de toneladas anuales.

Sólo el **8,6%** de los materiales usados son efectivamente **reciclados**.

Aplicando soluciones circulares, se podrían reducir un **28%** los recursos naturales extraídos y un **39%** las emisiones de GEIs asociadas.



Contexto

Impacto social en comunidades vulneradas

Contexto

COP26

Usuarios y sociedad cada vez más
activista e informada

How dare you!



En 2030

población mundial
8.000.000.000



+1.800.000.000
consumidores
clase media



+energía



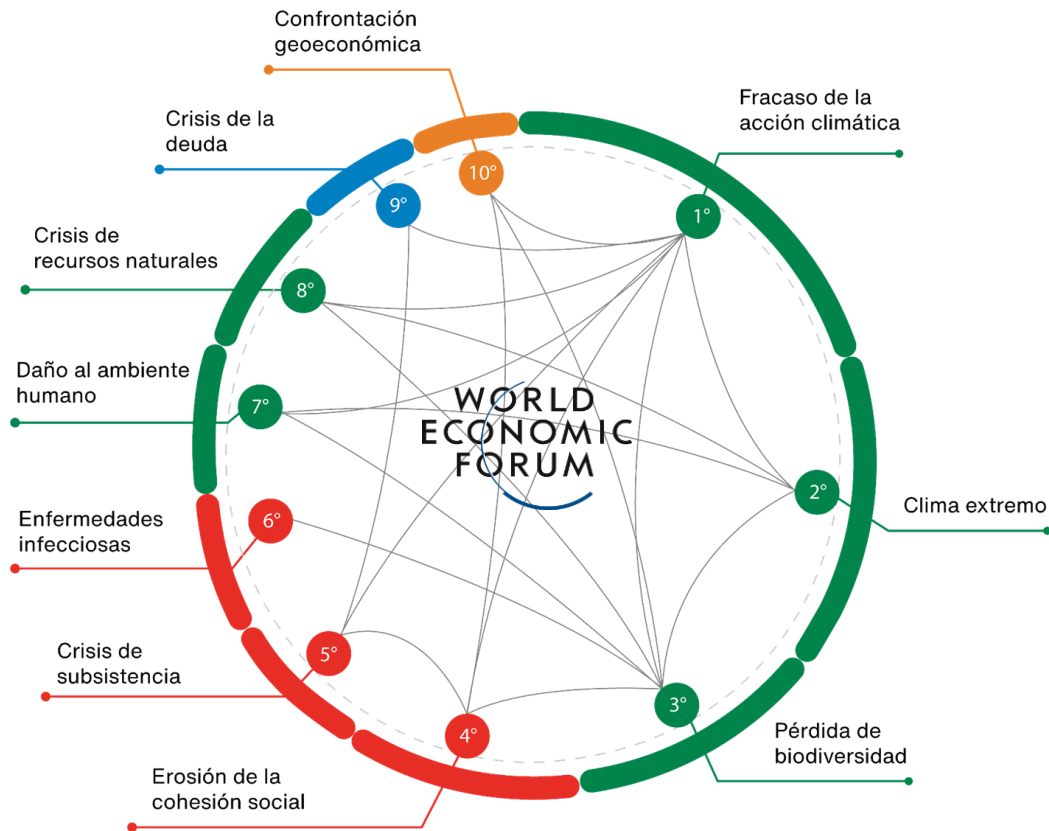
+agua



+alimentos



Desde el punto de vista económico, **los riesgos ambientales y sociales se perciben como 8 de las amenazas más críticas** a largo plazo.





Cada vez más son las presiones que reciben las organizaciones

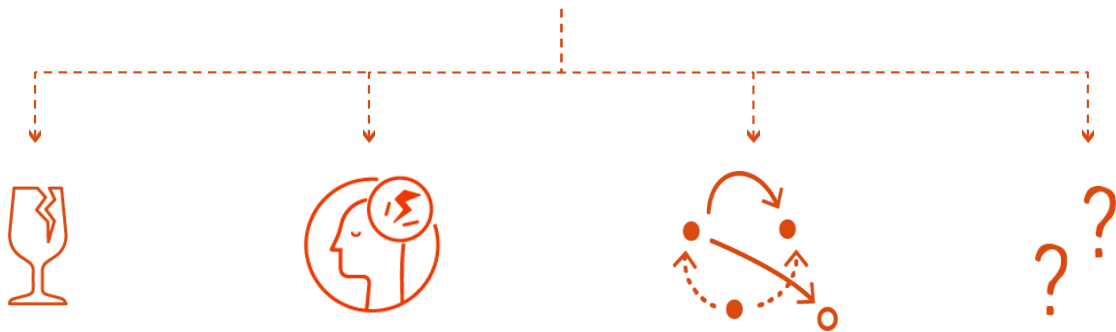




Contexto BANI

Es un modelo que propone una forma de describir el escenario actual donde vivimos y así enmarcar mejor y generar las preguntas apropiadas al estado actual del mundo.

BANI



Frágil
(Brittle)

Ansioso

No lineal

Incomprensible



Fortune 500

163 Empresas establecieron al menos algún tipo de compromiso climático

91 Carbono Neutralidad

74 Objetivos basados en la ciencia

56 100% Energía Renovable



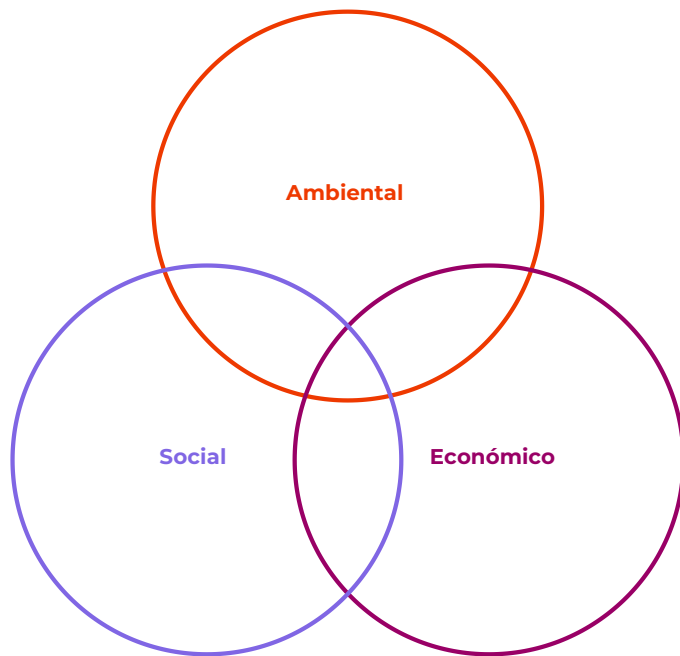


La **innovación** real se define por el impacto que estamos generando en el cliente o **usuario**.

No solo depende del cambio sino también del contexto.

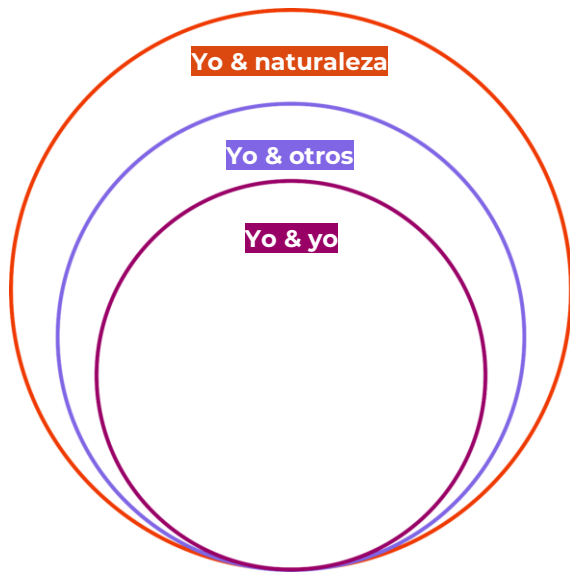


Desarrollo **Sostenible**





Desarrollo **Sostenible**
es un conjunto de
relaciones





ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible





La **innovación** es clave
para promover el
Desarrollo Sustentable.

El Desarrollo Sustentable le
da **un para qué** (propósito)
a la innovación.



Se necesitan dos tipos de **innovación** para lograr una economía circular:

Innovación en el origen

Repiensa los productos y servicios en la etapa de diseño. Un ejemplo de esto es el desarrollo de nuevos materiales, diseños de productos o modelos comerciales.

Innovación al final de la cadena

Afecta a un producto o material después de su primer uso. Un ejemplo de esto puede ser el desarrollo de nuevas tecnologías de recolección, clasificación y reciclaje.



Empresas con **impacto positivo**



Todas las organizaciones saben **“qué”** hacen, esto es, los productos o servicios que ofrecen. Algunas saben **“cómo”** lo hacen estas son las características que las hacen especiales y las diferencias de su competencia...pero son muy pocas las que saben **“por qué”** lo hacen.

Simon Sinek



No hacer menos mal
Hacer el bien



Estrategias de ambientales de alto impacto



Diseñamos e implementamos **estrategias ambientales de alto impacto** adaptadas al **modelo de negocio de cada organización**

Somos una consultora de gestión estratégica enfocada en **conectar y empoderar a las personas** para integrar las variables ambientales a los modelos de negocio.



Nuestro equipo

**Mejora
continua**



**Experiencias
de Innovación**



**Personas &
Cultura**



**Huella de
Carbono**



**Asuntos
Internos**



**Business
Development**



E-commerce



**Growth
Marketing**



**People
Experience**



**Director
Ejecutivo**



**Estilos de vida
Sostenibles**



**Energía &
Infraestructura**



**Innovación
Estratégica**



**Análisis de
Flujo de Materiales**



**Circularidad
de materiales**



**Diseño
Gráfico**



**Estrategia de
Carbono**



**Packaging &
Standards**



**Gestión de
datos ambientales**



**Administración
& Finanzas**



**Business
Intelligence**



**Procesos
de Innovación**



**Procesos
Circulares**



**Análisis de
Ciclo de Vida**



**Diseño
Sustentable**



**Estrategia de
Residuo Cero**



**Energías
Renovables**





Nuestros servicios



Estrategias de
Carbono



Análisis de
Ciclo de Vida



Guideline
development



Gestión de
Materiales 360°



Política de
Compras



Innovación &
Stakeholder
Engagement



Guayakí



La misión de Guayakí era para 2020, **restaurar más de 80.000 hectáreas** de bosque atlántico interior y proveer sentido comunitario e inclusión social (empleo) a 1000 familias

CUATRO PILARES DE REGENERACIÓN



PRACTICANDO EL
LIDERAZGO
CONSCIENTE



ASOCIARSE CON
NUESTROS
VALORES



ASUMIR LA
RESPONSABILIDAD
DE NUESTRA
HUELLA



CELEBRANDO
COMUNIDADES Y
CULTURAS

Objetivos de Impacto

Convertir a Guayakí en un lugar de trabajo estimulante, diverso e inclusivo.

Regenerar más de 800 mil hectáreas para el 2030.

Flotas e instalaciones con cero emisiones de carbono, desperdicio cero y energía renovable para 2030.

Compartir el espíritu regenerativo de la yerba mate



Pachama



Medición y monitoreo

IA e imágenes satelitales



Reducción

de la mayor
cantidad posible



Compensación

a través de créditos
de carbono

Remove carbon. Restore nature.

Transforma residuos en recursos
conectando: generadores,
recolectores y gobiernos.

 **Recicla desde tu casa**

 **Trazabilidad ilimitada**

 **Sencillez**

 **Comunicación directa**





Oatly

Suecia



Esta marca sueca, tiene como propósito que sus usuarios coman y beban productos saludables, sin estropear los recursos naturales del planeta en el proceso



Todxs somos tomadorxs de decisión

Muchas gracias



Prem Zalzman

Sr Manager de Innovación Estratégica

+54 9 11 4046 6884

prem@kolibri.la

www.kolibri.la