

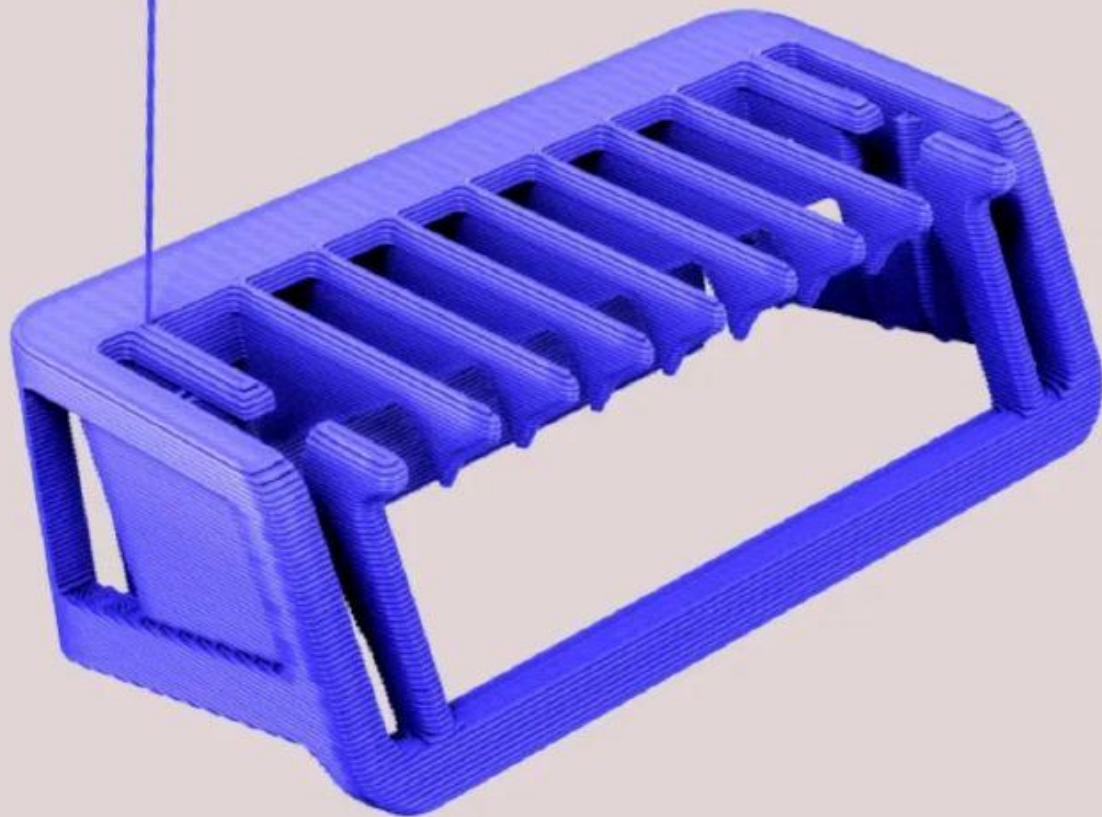
Aumentar la sostenibilidad

Fixables by Philips combate los residuos electrónicos con piezas de reparación imprimibles en 3D

FINANCIA:

COORDINA:

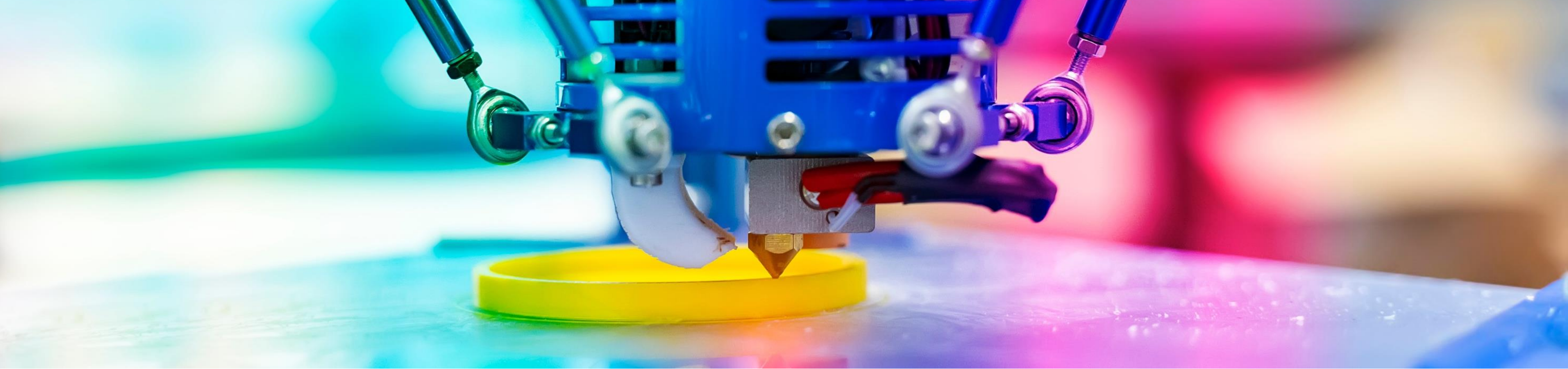
RESUMEN EJECUTIVO



Presentada en mayo de 2025, la iniciativa [Fixables de Philips](#) aborda las limitadas opciones de reparación disponibles para los consumidores. Fixables es el resultado de una colaboración con el fabricante de impresoras 3D Prusa Research.

Philips considera el proyecto como parte de su estrategia de negocio circular más amplia y como una respuesta a la creciente frustración de las personas con los residuos electrónicos y la cultura del usar y tirar.

La base de Fixables es una biblioteca digital de piezas imprimibles en 3D. Los usuarios pueden descargar e imprimir piezas en casa o a través de socios certificados. El piloto comenzó en Chequia, con acceso global a través de Printables, una plataforma digital para impresión 3D, propiedad de Prusa. De momento, solo hay una pieza disponible (un peine de repuesto para una recortadora de barba), pero se irán añadiendo piezas adicionales con el tiempo.



CONTEXTO

- En lugar de exigir a los clientes que pasen por la molestia de devolver productos para su reparación, Philips ofrece acceso abierto a piezas de repuesto imprimibles en 3D para determinados productos de salud personal.
- Si comprar un reemplazo solo requiere un clic, reparar un producto que ya se posee no debería ser mucho más difícil.

Tendencias relacionadas

SEGUNDO AMOR

Ayudar a los consumidores a revitalizar y reutilizar sus posesiones

Los problemas en la cadena de suministro y la crisis energética exigen soluciones improvisadas para fomentar la eficiencia de los recursos y, en última instancia, descarbonizar las economías y los estilos de vida de los consumidores. Mientras tanto, personas de todo el mundo priorizan la frugalidad y buscan opciones económicas ante el impacto de la inflación y la crisis del coste de la vida. A medida que la situación se agrava, tanto empresas como consumidores se ven incentivados a hacer más con menos.

HÁZLO TUMISMO

Fabrica tus propios productos en la revolución postindustrial

Acostumbrados a diseñar y crear desde cero en el espacio digital, los consumidores ahora esperarán cada vez más que esos poderes se traduzcan al mundo físico, permitiéndoles convertir sus ideas en productos físicos (ultrapersonalizados).



¿Por qué ahora?



HACER MÁS CON MENOS

tanto las empresas como los consumidores se ven obligados a reducir su consumo de energía y electricidad, además de otros gastos, hacer más con menos se convierte en un mantra diario necesario. La **mayoría de las personas** coinciden en que, si el consumo de energía y bienes no se reduce drásticamente en los próximos años, el mundo se encaminará hacia una catástrofe global

CONSUMO CONSCIENTE

En general, está surgiendo un patrón claro de gasto de consumo mucho más consciente que, dadas las perspectivas económicas actuales (o digamos la precariedad), puede dominar algunos mercados durante bastante tiempo.

FUZZYNOMICS

Las distinciones tradicionales entre productores y consumidores son cada vez más difusas. Como creadores, los consumidores pueden satisfacer una amplia gama de necesidades: financieras, ecológicas y otras. Y evitar los productos convencionales de producción en masa.

Oportunidades

PATCHWORK

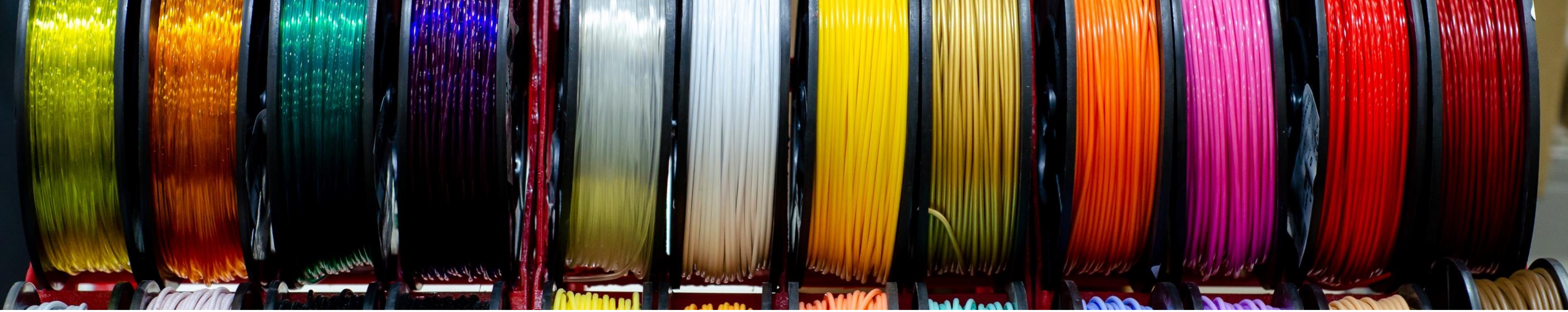
Ya sean complementos gratuitos o de bajo costo, reparaciones o reacondicionamientos, extender la vida útil de un producto ofrece valor a los consumidores conscientes del presupuesto. Y aprovechar el éxito de los productos estrella significa que el lanzamiento de los servicios de reacondicionamiento puede significar una magnífica estrategia.

MAYOR VIDA ÚTIL = MAYOR FIDELIDAD.

El fin de la era de la producción para generar residuos y la transición a una economía circular ofrecen la oportunidad de fidelizar a los clientes. Cuando se prolonga la vida útil de un producto o se amplía su propósito, las marcas tienen la oportunidad de establecer relaciones más duraderas y, sobre todo, más significativas con los clientes. Fidelizar a los clientes a partir de un valor renovado del producto, en lugar de reembolsos o descuentos por nuevos productos, es infinitamente más beneficioso. Además, estas relaciones más profundas permitirán a las marcas crear perfiles de clientes más detallados y ayudarán a las empresas a adaptar mejor sus ofertas a las necesidades reales de los clientes.


COSAS CON CARÁCTER

Una estética común de los productos reacondicionados es su singularidad. Años de uso, reparaciones, mantenimiento, cuidados y mejoras otorgan a un producto capas de carácter e historia imposibles de recrear. ¿Cómo puedes aprovechar el SEGUNDO AMOR para tejer continuamente historias enriquecedoras en tus productos y realzar esa calidad única?



CONCLUSIÓN

- La impresión 3D en la producción de Bienes de consumo representa una oportunidad revolucionaria para abordar el cambio climático y satisfacer al cada vez mayor número de clientes que demandan productos responsables.
- El hecho de que los consumidores puedan producir productos no significa que sepan cómo hacerlo . Es importante brindar asesoramiento, así como crear plataformas y comunidades que apoyen sus aspiraciones.
- ¿Puedes ayudar a los consumidores a encontrar un nuevo uso o incluso a actualizar sus productos actuales?
- Asegúrate también de que tus futuros productos sean modificables, reparables y reciclables



Cooperar para innovar y transformar

www.sommos-connecta.com

FINANCI



GENERALITAT
VALENCIANA

ACI.
ARA.

IVACE+i

COORDINA



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Elche