

A photograph of a young woman with long, wavy blonde hair, wearing a brown sweater, looking upwards and smiling in a sunlit forest. The background is filled with trees and sunlight filtering through the leaves.

MARKETPLACE MOTOR VERDE

Las raíces del proyecto de la Fundación Repsol

La situación de Fundación Repsol al iniciar el proyecto

Durante los últimos años, Fundación Repsol ha realizado un cambio estratégico con el objetivo de impulsar una transición energética eficiente, sostenible, justa e inclusiva, trabajando en proyectos innovadores que apuestan por la sostenibilidad desde un triple ángulo: medioambiental, social y económico.

En este sentido, ha puesto en marcha Motor Verde, el mayor proyecto de reforestación en España para la compensación de emisiones. Una iniciativa que prevé reforestar 70.000 hectáreas de terrenos quemados o baldíos para compensar 16 millones de toneladas de CO₂, impulsando la recuperación de la biodiversidad, la generación de empleo local e inclusivo y el desarrollo de la economía en el entorno rural.

Con el objetivo maximizar el impacto positivo de este proyecto, Fundación Repsol decidió lanzar el marketplace Motor Verde, una herramienta digital para dar la oportunidad a particulares y empresas de calcular su huella de carbono y mitigarla mediante la contribución con los proyectos de reforestación de Motor Verde. Un nuevo modelo de relación con los ciudadanos, así como con pequeñas y medianas empresas.

Cliente: Fundación Repsol

Región: España

Industria: Sostenibilidad

Desafío del cliente:

Desarrollar una solución digital para que particulares y empresa puedan calcular y mitigar su huella de carbono de forma ágil y sencilla contribuyendo con las reforestaciones de su proyecto Motor Verde

Solución:

En colaboración con Capgemini, Fundación Repsol lanzó una plataforma basada en Salesforce que ofrecía vías únicas a particulares y empresas y proporcionaba una mayor información sobre la huella de carbono.

Beneficios:

- Simplifica el proceso por el que personas y empresas pueden mitigar su huella de carbono a través del marketplace
- Ahora los usuarios pueden actuar con mayor facilidad para mitigar su huella de carbono

El verdadero enfoque diferencial del marketplace Motor Verde radica en que los usuarios pueden mitigar su huella de carbono a través de bosques en España, con la garantía de que el seguimiento de los mismos se hace por parte de Fundación Repsol y su empresa participada Sylvestris, con más de 30 años de experiencia en el sector forestal, y que todos los bosques se realizan de acuerdo a los estándares de la Oficina Española de Cambio Climático, dependiente del Ministerio para la Transición Energética y el Reto Demográfico.

Asimismo, los usuarios que contribuyen con los bosques del marketplace Motor Verde están fomentando un triple impacto positivo:

- Impacto en el medio ambiente: protección de la biodiversidad, utilizando especies autóctonas y evitando la degradación del suelo
- Impacto en la sociedad: generación de empleo local, con especial atención a la contratación de personas en riesgo de exclusión y apuesta por la formación para la mejora de la empleabilidad
- Impacto en la economía: fomento de la economía en zonas rurales

A pesar de que el mercado voluntario de carbono está aún en una fase incipiente, el dinamismo y la potencialidad es extremadamente relevante, por lo que era necesario estar entre los pioneros y trabajar en un producto que fuera más allá de una plataforma de cálculo y mitigación de huella de carbono, disponiendo de las capacidades mínimas necesarias para que Fundación Repsol pueda convertirse en actor clave, liderando la oferta de soluciones a través de proyectos de reforestación en España.

La solución que les ofrecemos

El marketplace Motor Verde es un producto digital que fue desarrollado en tres fases, utilizando un enfoque centrado en el usuario y ágil, para construir y evolucionar sus capacidades de manera continua en el tiempo, de tal manera que pudiera lograr el mayor impacto posible por el camino más rápido hacia el mercado.

Desarrollo de un producto mínimo viable (MVP)

En la oleada inicial para desarrollar el MVP, primero realizamos una investigación cualitativa con usuarios para identificar opiniones, creencias, hábitos y comportamientos explícitos e implícitos de usuarios. Capgemini y Fundación Repsol llevaron a cabo una exhaustiva investigación secundaria de cara a poder generar el concepto de la plataforma, centrado en las personas y para las personas.

Una vez realizado el concepto del producto, realizamos una priorización de los diferentes componentes del concepto, tanto funcionales como experienciales, y definimos la arquitectura basada en Salesforce, que debería soportar dicha plataforma, para poder desarrollar de forma acelerada

un prototipo completamente funcional, con el objetivo de testar el mercado y, en base al aprendizaje, evolucionar dicho MVP en experiencia y funcionalidad.

En definitiva, en esta fase, el equipo de proyecto trabajó en el lanzamiento de una plataforma transaccional para el cálculo y mitigación de la huella de carbono con diferentes métodos de pago (incluido Bizum), que alcanzara el mercado en un entorno acotado (Beta) de manera que se pudiera probar y analizar la respuesta de este.

Evolución del MVP

Una vez lanzado el producto a un número reducido de usuarios, nos embarcamos en la evolución del producto en dos frentes diferentes:

- Mejorar la experiencia de los usuarios de la plataforma en base a la simplificación del recorrido principal de usuario.
- Definir e implementar un nuevo modelo de negocio de suscripción que permitiera eliminar la fricción del usuario cuando se desea mitigar cantidades relevantes de CO2, permitiendo interacciones más frecuentes con los usuarios en las primeras etapas de compromiso y una interacción más personal y profunda más adelante.

Adaptación de la experiencia para las empresas

El siguiente paso de evolución de la plataforma consistió en diseñar y desarrollar una experiencia particularizada para usuarios de empresa.

Para ello, identificamos las hipótesis de partida relacionadas con la propuesta de valor y las necesidades de los usuarios de empresa, mediante talleres de trabajo con Fundación Repsol. Seguidamente, realizamos una investigación valorativa con usuarios para enfocar el diseño de la plataforma en la que pudieran coexistir dos experiencias, para particulares y empresas. Finalmente, se diseñó y desarrolló sobre la plataforma existente una nueva ruta adaptada a las necesidades de empresas, que incluía nuevos enfoques de mitigación, una calculadora de huella de carbono para eventos corporativos, un formulario para proyectos adhoc y nuevos métodos de pago, como la transferencia bancaria.



Mediante el uso de herramientas líderes de e-commerce para la construcción de la plataforma, Fundación Repsol ha lanzado una solución digital de referencia que asegura transparencia, precisión y trazabilidad en la gestión de la misma.

El resultado final del proyecto

El nuevo marketplace Motor Verde permite a los usuarios mitigar parcial o totalmente su huella de carbono participando en proyectos de reforestación en España, y contribuye a incrementar el grado de conocimiento y concienciación de los mismos en relación al impacto ambiental de sus acciones, gracias a sus sencillas calculadoras de huella de carbono.

Mediante el uso de herramientas líderes de e-commerce para la construcción de la plataforma, Fundación Repsol lanza una solución digital de referencia que asegura transparencia, precisión y trazabilidad en la gestión de la misma.

El marketplace Motor Verde es una herramienta que conecta de manera sencilla y rápida a particulares y empresas que quieren actuar para mitigar su huella de carbono y que ahora pueden hacerlo. Para ello, cuenta con una amplia oferta de bosques en diferentes partes de España, ofreciendo una solución sencilla y con todo el rigor y trazabilidad.

Cómo Capgemini y Fundación Repsol trabajaron juntos

La visión y firme determinación tanto de Fundación Repsol como de Capgemini en relación con la sostenibilidad y la transición energética, hizo posible que se materializara la oportunidad de lanzar al mercado una plataforma de cálculo y mitigación de huella de carbono, formando para ello un único equipo multidisciplinar y cohesionado para abordar un reto complejo.

El éxito de este proyecto radica en la efectiva colaboración entre los equipos de estrategia y comunicación de Fundación Repsol y digital de Repsol, con el equipo de Capgemini, que también estaba formado por miembros de frog y Capgemini Invent. Los socios trabajaron en estrecha colaboración reuniendo sus capacidades creativas y más cercanas al comportamiento humano, así como su profundo conocimiento tecnológico de las soluciones de e-commerce líderes en el mercado.

Tras una fase inicial de inmersión y definición del concepto, establecimos una dinámica de trabajo basada en sprints, tanto de diseño como de desarrollo, que hiciera posible desarrollar iterativamente la solución. Se tomaron como punto de partida conceptos de agilidad en desarrollo software y DesignOps, y se utilizó el sistema de diseño de Repsol como catalizador para un proceso de diseño rápido.

Esta dinámica de trabajo, altamente colaborativa, permitía obtener los inputs necesarios para desarrollar alternativas de diseño en tiempo récord, evaluar su factibilidad tecnológica, repetir con Fundación Repsol y poder desarrollarlas y probarlas posteriormente de un modo casi continuo.



Sobre Capgemini

Capgemini es el líder mundial en asociarse con las compañías para transformar y administrar sus negocios aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía todos los días por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa de más de 325,000 miembros del equipo en más de 50 países. Con su sólida herencia de 55 años y su profunda experiencia en la industria, sus clientes confían en Capgemini para abordar toda la amplitud de sus necesidades comerciales, desde la estrategia y el diseño hasta las operaciones, impulsadas por el mundo innovador y de rápida evolución de la nube, datos, IA, conectividad, software, ingeniería digital y plataformas. El Grupo reportó en 2021 unos ingresos globales de 18,000 millones de euros.

Get the Future You Want | www.capgemini.com/es-es/