

Sostenibilidad y oportunidades de negocio para startups comprometidas

Apoyo al emprendimiento sostenible.

FECHA

3 de marzo de 2022

HORA

9:45h.

LUGAR

Veles e Vents (Valencia)

Inscríbete



NICOLA
CERANTOLA

ecologing

inspiración · formación · asesoría · facilitación
en Economía y Emprendimiento Circular

www.ecologing.es



@ecologing



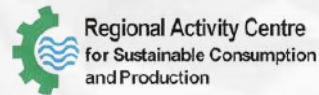
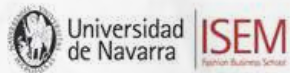
DIVULGACIÓN y
FORMACIÓN



MENTORIZACIÓN y
METODOLOGÍA



ASESORÍA y
EXPLORACIÓN



ECONOMÍA CIRCULAR



UNA TRAVESÍA



¿POR DÓNDE EMPEZAR?

ΟΪΚΟ ΝΌΜΟΣ?





Pirámide de las necesidades humanas

A. Maslow, 1943

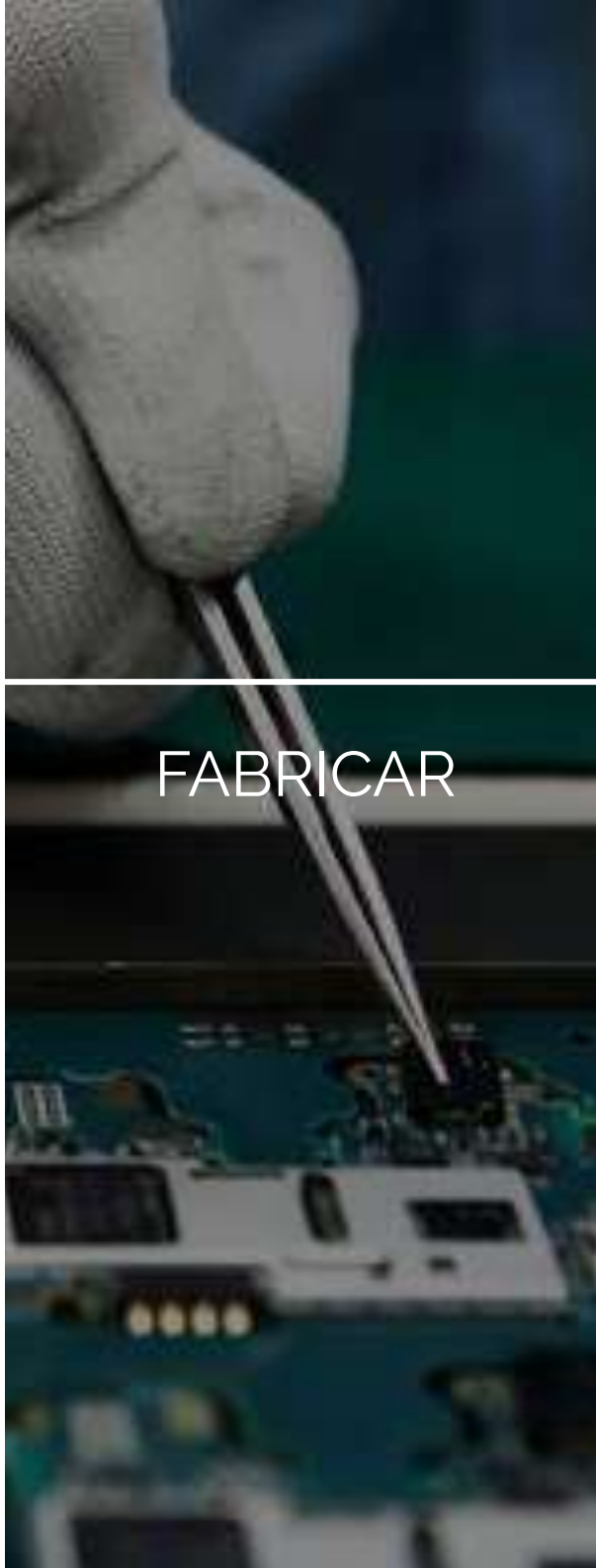
Definiremos las necesidades como aquellos impulsos que se encuentran en la base de la pirámide y que son imprescindibles para la vida, para después clasificar como deseos aquellos otros, más aspiracionales, cerca de la cumbre.



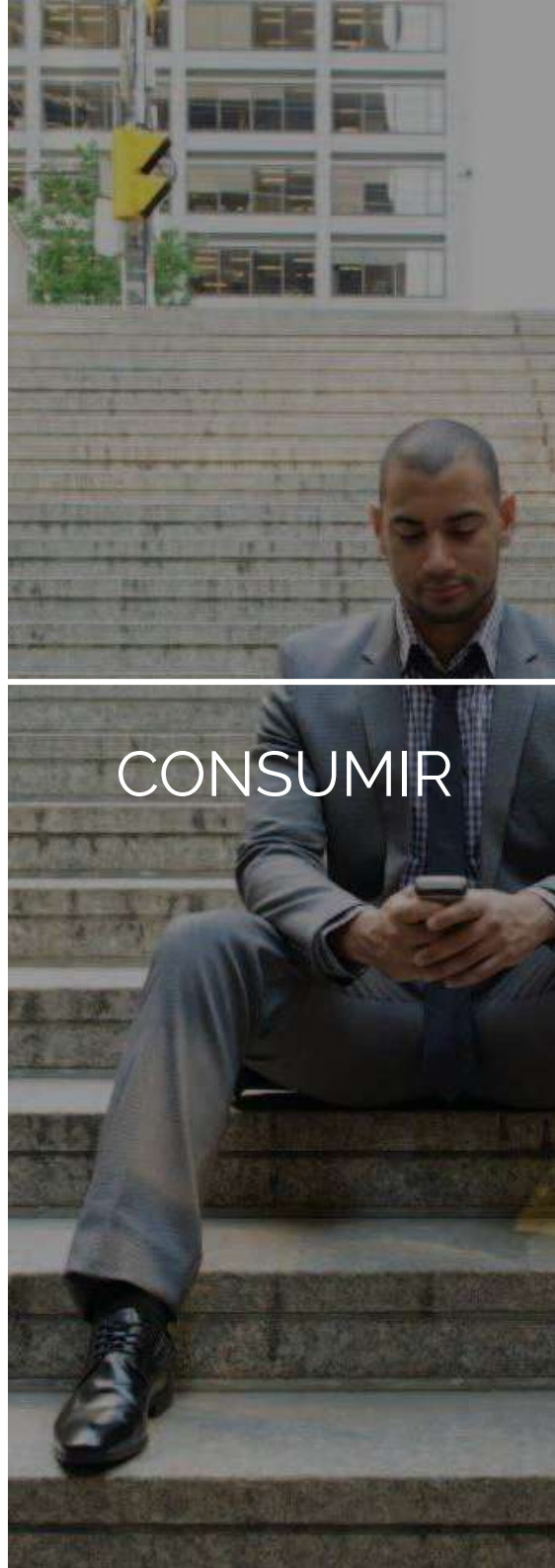
Imagen: El Envase como elemento de Marketing. Ecoembes



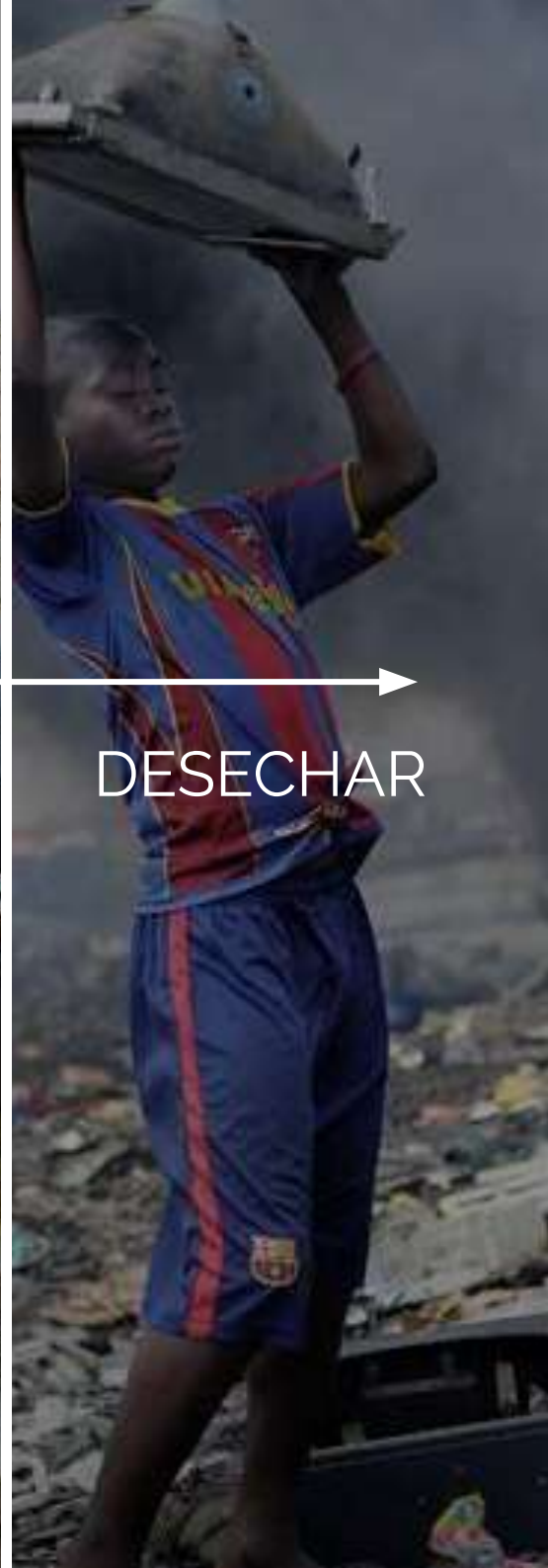
EXTRAER



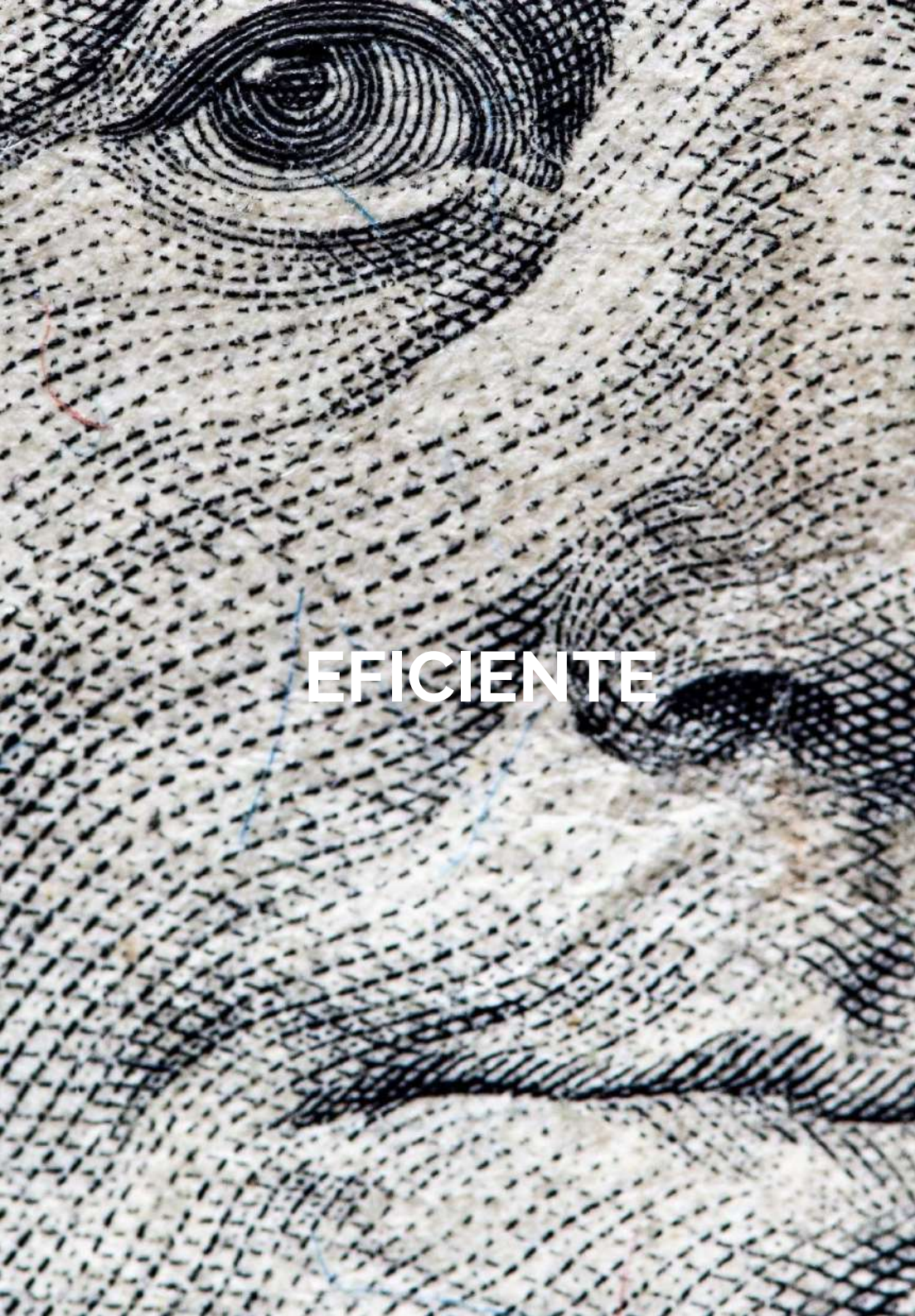
FABRICAR



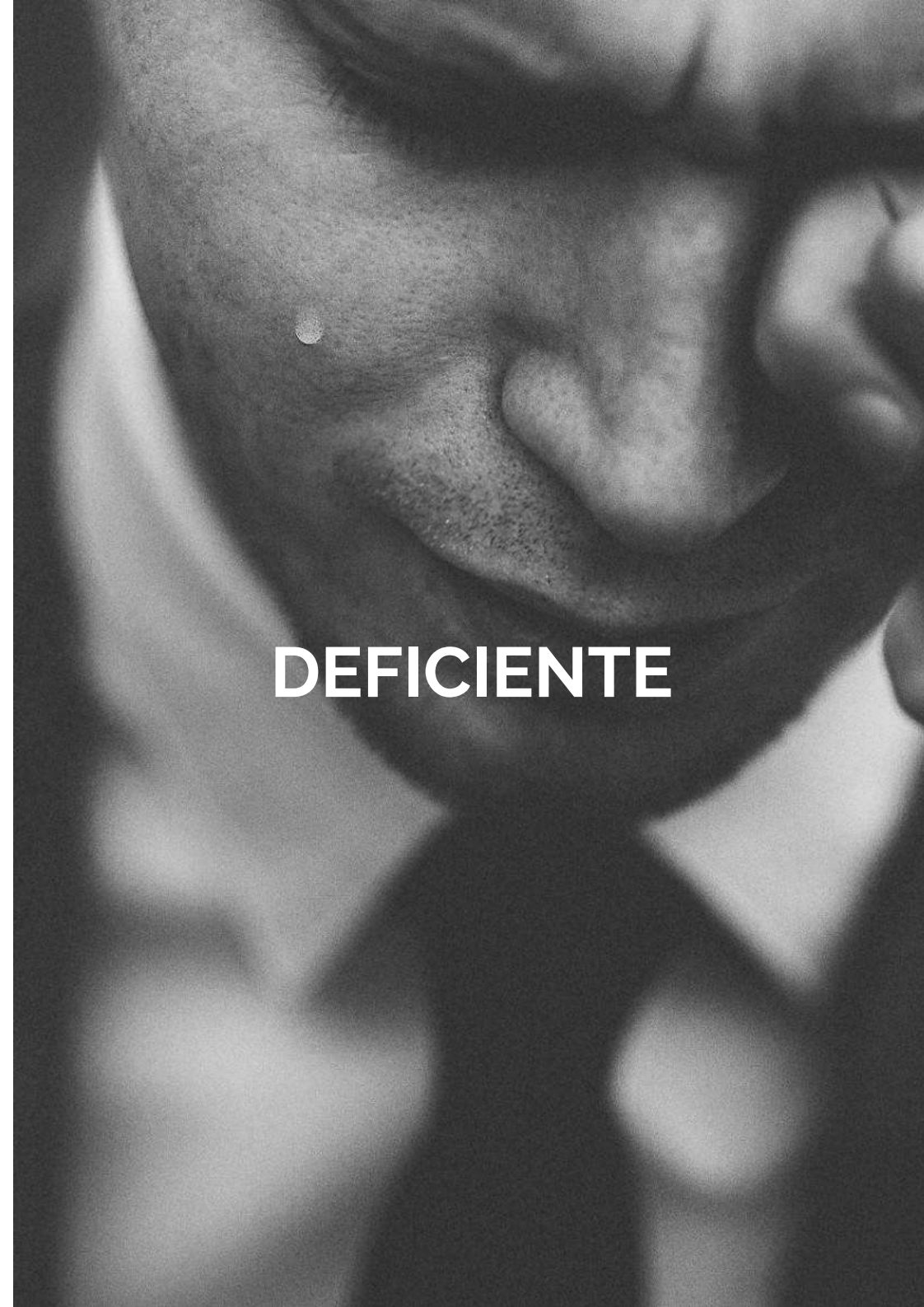
CONSUMIR



DESECHAR

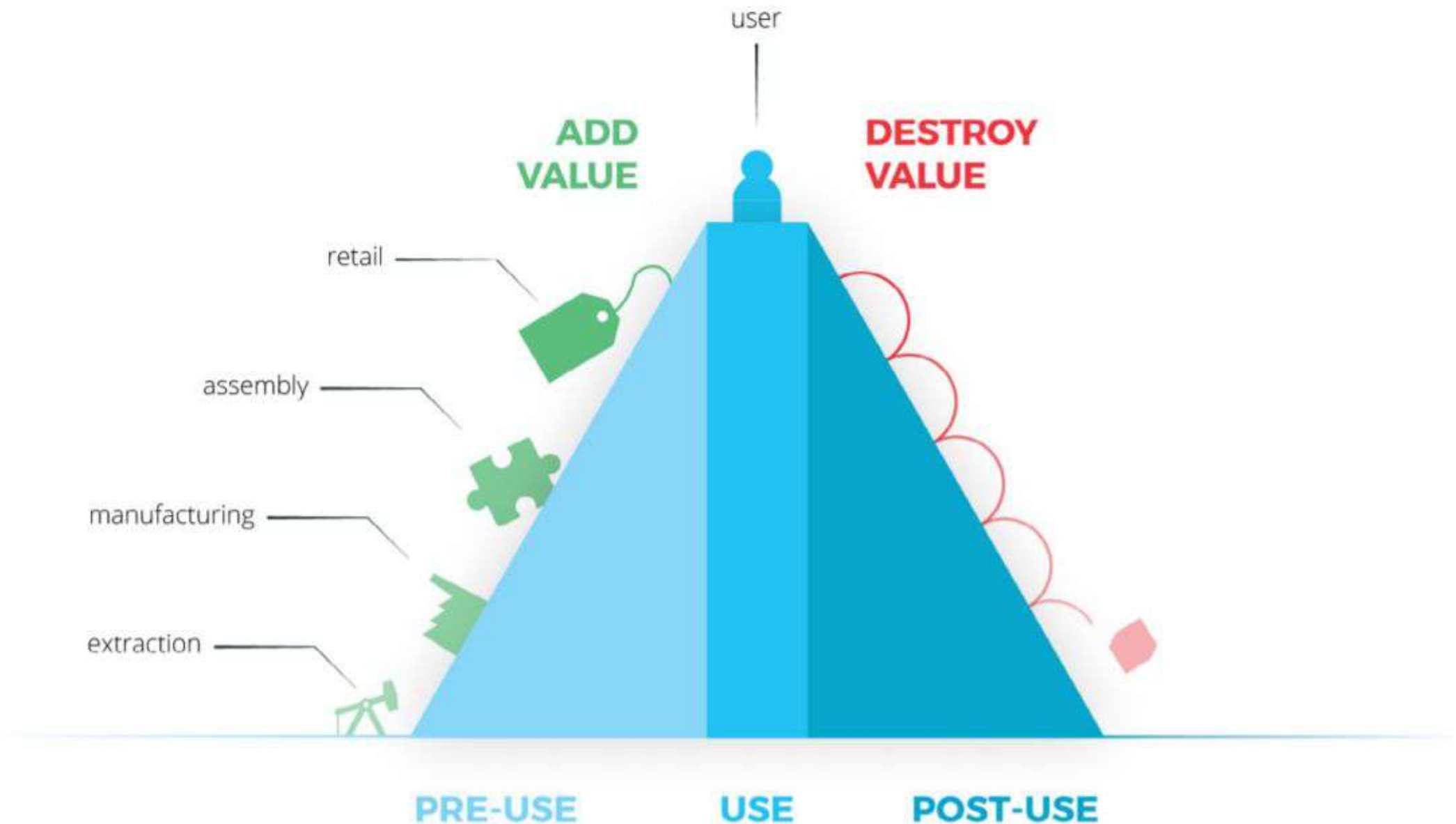


EFICIENTE



DEFICIENTE

ECONOMÍA ACTUAL (LINEAL)





CONSECUENCIAS

¿CUÁNTO LES QUEDAN?

FIGURE 10 Supplies of key resources are limited, while recycling rates for many remain low

Many resources are forecasted to run out within a relatively short period...

Remaining years
until depletion of
known reserves
(based on current
rate of extraction)

5-50 years

50-100 years

100-500 years

1 H 1.0079																	2 He		
3 Li 6.941	4 Be 9.0122													5 B 10.811	6 C 12.011	7 N 14.007	8 O 15.999	9 F 18.998	10 Ne 20.180
11 Na 22.990	12 Mg 24.305													13 Al 26.985	14 Si 28.085	15 P 30.974	16 S 32.06	17 Cl 35.453	18 Ar 39.948
19 K 39.098	20 Ca 40.078	21 Sc 44.956	22 Ti 47.887	23 V 50.942	24 Cr 51.995	25 Mn 54.938	26 Fe 55.845	27 Co 58.933	28 Ni 58.693	29 Cu 63.546	30 Zn 65.38	31 Ga 69.723	32 Ge 72.64	33 As 74.922	34 Se 78.96	35 Br 79.904	36 Kr 83.798		
37 Rb 85.468	38 Sr 87.62	39 Y 88.906	40 Zr 91.224	41 Nb 92.906	42 Mo 95.94	43 Tc [98]	44 Ru 96.907	45 Rh 101.07	46 Pd 106.42	47 Ag 107.87	48 Cd 112.41	49 In 114.82	50 Sn 118.71	51 Sb 121.76	52 Te 127.60	53 I 126.90	54 Xe 131.29		
55 Cs 132.91	56 Ba 137.33	57 La [†] 138.905	72 Hf 178.49	73 Ta 180.95	74 W 183.84	75 Re 186.21	76 Os 190.23	77 Ir 192.22	78 Pt 195.08	79 Au 196.97	80 Hg 200.59	81 Tl 204.38	82 Pb 207.2	83 Bi 208.98	84 Po [209]	85 At [210]	86 Rn [222]		
87 Fr [223]	88 Ra [226]	89 Ac [†] [227]	104 Rf [261]	105 Db [262]	106 Sg [266]	107 Bh [264]	108 Hs [277]	109 Mt [268]	110 Ds [271]	111 Rg [272]	112 Uub [285]	113 Uut [284]	114 Uuq [289]	115 Uup [288]	116 Lv [293]	117 Uus [294]	118 Uuo		

Lanthanides *

Actinides †

58 Ce 140.12	59 Pr 140.91	60 Nd 144.24	61 Pm [145]	62 Sm 150.36	63 Eu 151.96	64 Gd 157.25	65 Tb 158.93	66 Dy 162.50	67 Ho 164.93	68 Er 167.26	69 Tm 168.93	70 Yb 173.05	71 Lu 174.97
90 Th 232.04	91 Pa 231.04	92 U 238.03	93 Np [237]	94 Pu [244]	95 Am [243]	96 Cm [247]	97 Bk [247]	98 Cf [251]	99 Es [252]	100 Fm [257]	101 Md [258]	102 No [259]	103 Lr [262]

¿QUÉ HACEMOS CON ELLOS?

...while only few materials are recycled at scale

Current rates
of recycling

<1%
1-10%
10-25%
25-50%
>50%
No data available

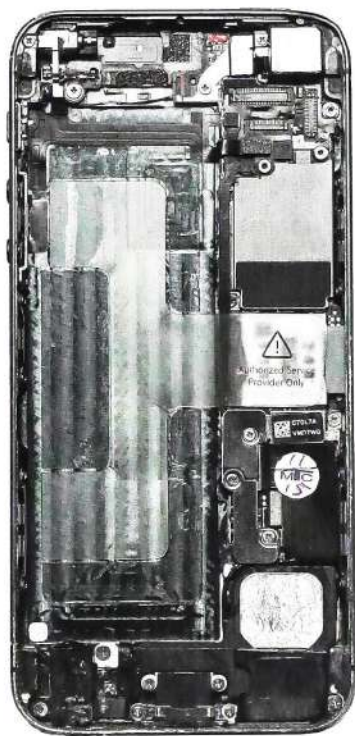
1 H 1.0079																	2 He
3 Li 6.941	4 Be 9.0122											5 B 10.811	6 C 12.011	7 N 14.007	8 O 15.999	9 F 18.998	10 Ne 20.180
11 Na 22.990	12 Mg 24.305											13 Al 26.982	14 Si 28.086	15 P 30.974	16 S 32.065	17 Cl 35.453	18 Ar 39.948
19 K 39.098	20 Ca 40.078	21 Sc 44.956	22 Ti 47.867	23 V 50.943	24 Cr 51.996	25 Mn 54.938	26 Fe 55.845	27 Co 58.933	28 Ni 58.693	29 Cu 63.546	30 Zn 65.38	31 Ga 69.723	32 Ge 72.64	33 As 74.922	34 Se 78.96	35 Br 79.904	36 Kr 83.798
37 Rb 85.468	38 Sr 87.62	39 Y 88.906	40 Zr 91.224	41 Nb 92.906	42 Mo 95.94	43 Tc [98]	44 Ru 101.07	45 Rh 102.91	46 Pd 106.42	47 Ag 107.87	48 Cd 112.41	49 In 114.82	50 Sn 118.71	51 Sb 121.76	52 Te 127.60	53 I 126.90	54 Xe 131.29
55 Cs 132.91	56 Ba 137.33	57 La [*] 138.905	72 Hf 178.49	73 Ta 180.95	74 W 183.84	75 Re 186.21	76 Os 190.23	77 Ir 192.22	78 Pt 195.08	79 Au 196.97	80 Hg 200.59	81 Tl 204.38	82 Pb 207.2	83 Bi 208.98	84 Po [209]	85 At [210]	86 Rn [222]
87 Fr [223]	88 Ra [226]	89 Ac [†] [227]	104 Rf [261]	105 Db [262]	106 Sg [266]	107 Bh [269]	108 Hs [271]	109 Mt [273]	110 Ds [281]	111 Rg [283]	112 Uub [285]	113 Uut [287]	114 Uuq [289]	115 Uup [291]	116 Lv [293]	117 Uus [294]	118 Uuo [296]

Lanthanides*

Actinides†

58 Ce 140.12	59 Pr 140.91	60 Nd 144.24	61 Pm [145]	62 Sm 150.36	63 Eu 151.96	64 Gd 157.25	65 Tb 158.93	66 Dy 162.50	67 Ho 164.93	68 Er 167.26	69 Tm 168.93	70 Yb 173.05	71 Lu 174.97
90 Th 232.04	91 Pa 231.04	92 U 238.03	93 Np [237]	94 Pu [244]	95 Am [243]	96 Cm [247]	97 Bk [247]	98 Cf [251]	99 Es [252]	100 Fm [257]	101 Md [258]	102 No [259]	103 Lr [262]

SOURCE: Professor James Clark, Green Chemistry, The University of York



A full-page background image of Earth as seen from space, showing the Americas and surrounding oceans. The text "¿QUÉ NOS ESPERA?" is overlaid in white, centered horizontally and partially covering the Earth.

¿QUÉ NOS ESPERA?

A high-angle, wide shot of a crowded beach and ocean. The foreground shows a sandy beach packed with people, many sitting or lying down. The middle ground and background show a vast expanse of water filled with hundreds of people swimming, floating on colorful inflatable rings, and wading. The sheer density of the crowd is remarkable, stretching far into the distance. The text '8.500.000.000' and 'EN 2030' is overlaid in the center of the image.

8.500.000.000
- EN 2030

A wide-angle photograph of a busy urban street in Vietnam. In the foreground, a dense crowd of people on motorbikes is stopped at a crosswalk. The riders are wearing various helmets and clothing, some with face masks. In the background, a large, modern concrete elevated highway structure dominates the skyline. To the right, a large commercial building with a 'Media Mart' sign is visible. The sky is clear and blue. The overall scene depicts a bustling, developing urban environment.

4.800.000.000
CONSUMIDORES
DE CLASE MEDIA
EN 2030

An aerial night photograph of a sprawling city, likely Los Angeles, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and residential areas. A prominent feature is a large, multi-level highway interchange with several overpasses and ramps, illuminated by streetlights. The city lights create a bright, glowing effect against the dark night sky.

70% EN CIUDADES
EN 2030





POLYGARD PRODUCTS.
MIDDLE POINT LTD.

TRUCKS AND VEHICLES
FOR SALE
CONTACT: 011-26111111



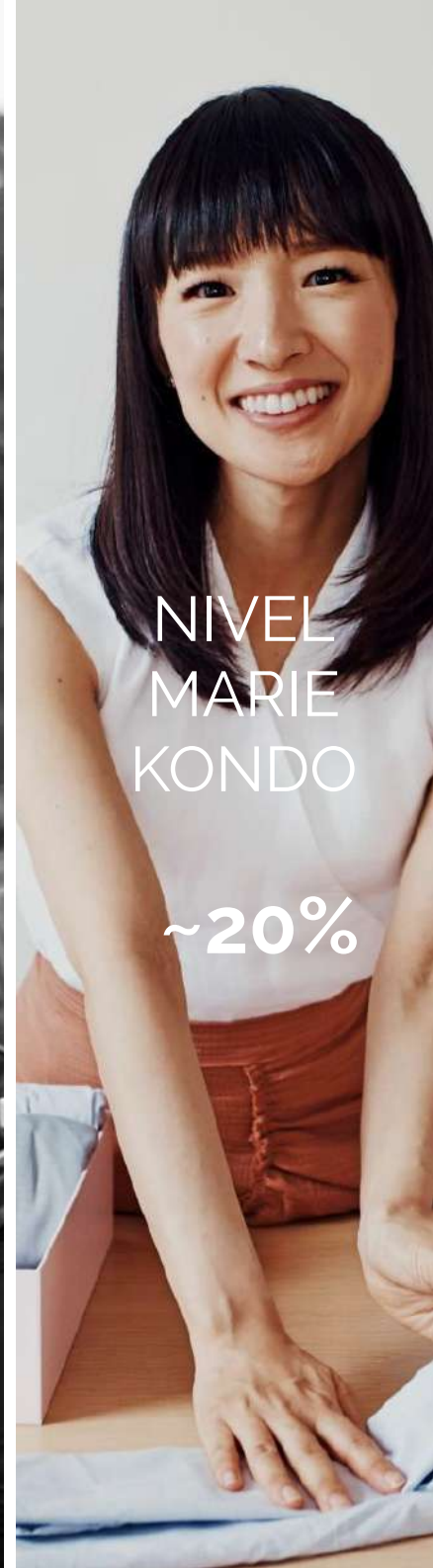
SUPERVIVENCIA

~45%



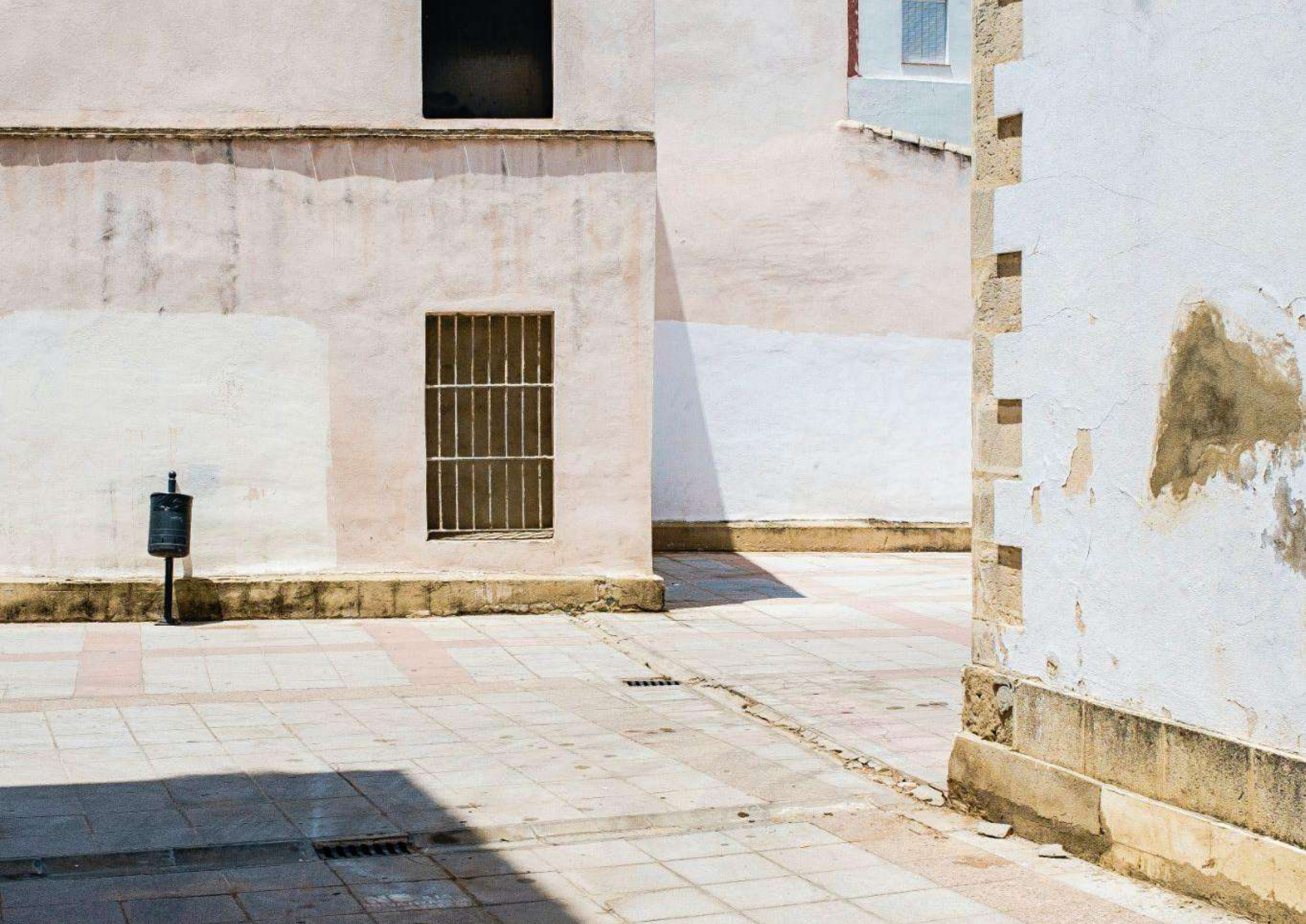
NUEVA CLASE
MEDIA

~35%



NIVEL
MARIE
KONDO

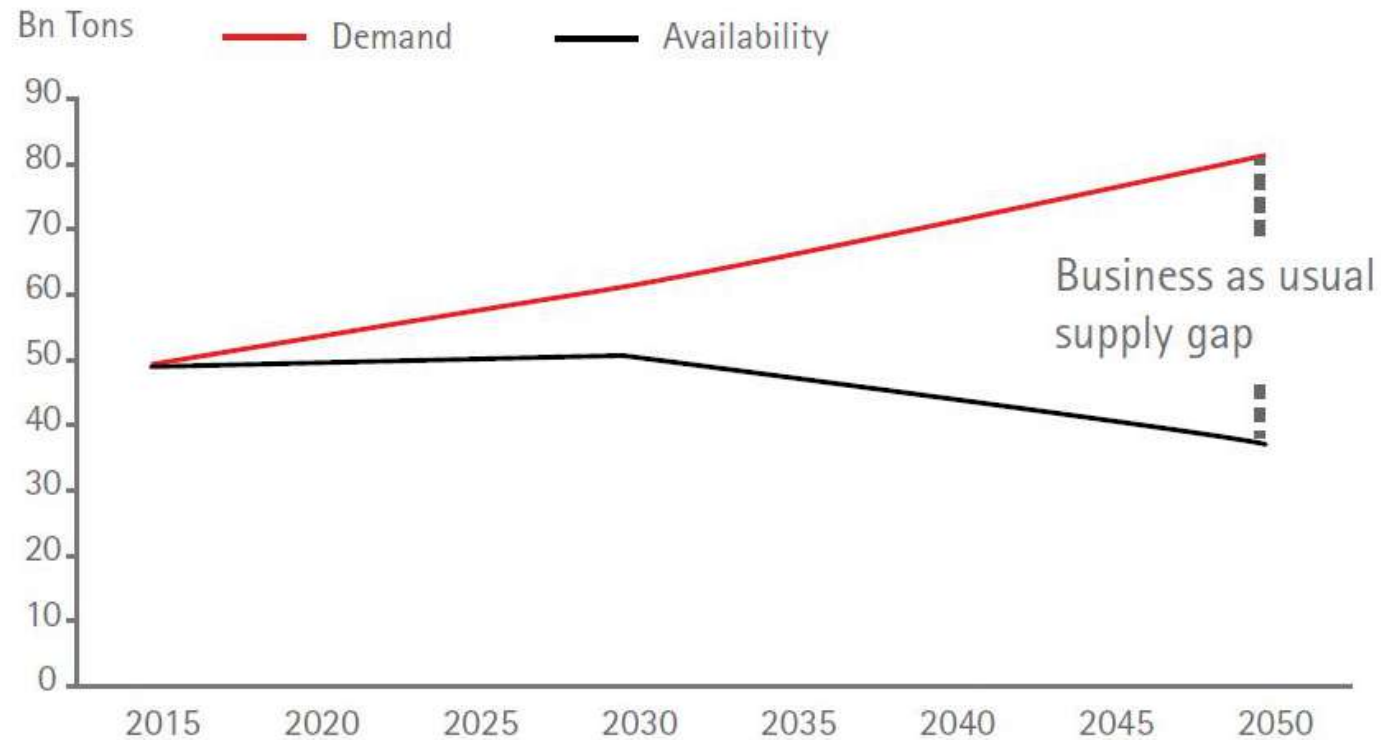
~20%





¿CÓMO LIDIAMOS CON LA DEMANDA?

Resource supply / demand imbalance 2015-2050



Scenarios include limited resource stocks only and therefore differ from total material consumption. Most notably exclude construction mineral volumes (e.g. sand and gravel) where scarcity is not an issue

A Timeline of Global Risks 2022

When Will These Major Global Threats Become a Serious Problem Worldwide?

Each year, the World Economic Forum releases its Global Risks Report, which highlights the top risks that pose a threat to the world in the next decade.

Environmental Societal Technological Economic Geopolitical

% of respondents Timeframe: 0-2 years



1 Out of 37 risks, respondents were asked to identify which risks they believe will become a critical threat to the world, and when.

Vaccine access is still highly uneven around the world, leaving developing countries more vulnerable to new waves of COVID-19 infection.

% Population Who Are Fully Vaccinated

4.3% Low-income countries
69.9% High-income countries

2-5 years

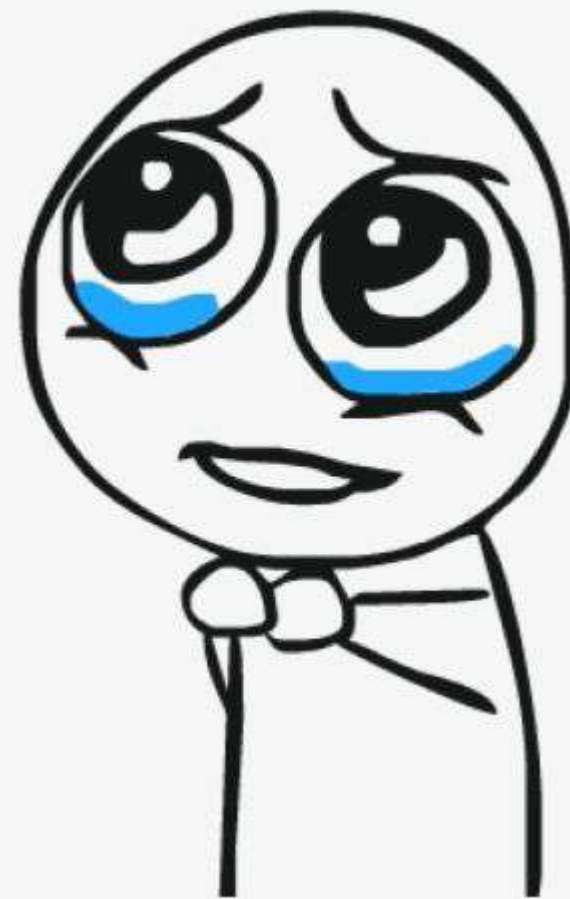
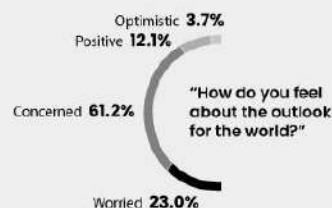


Competition between the U.S. and China is rising. The U.S. is threatened by China's strong military presence and is tightening alliances with other world powers (the UK and Australia) as a result.

5-10 years



Even the new commitments made at the 2021 COP26 aren't enough to achieve the 1.5°C warming goal established in the 2016 Paris Climate Agreement — meaning, we're at great risk of climate damage.



TRABAJAR SOBRE LA PIRÁMIDE



A close-up photograph of several golden Buddha faces, likely from Southeast Asia, arranged in a row. The focus is on the central face, which has a serene expression and is looking slightly to the right. The background is blurred, showing more of the same faces.

PROPÓSITO

A collection of various caricature figurines, including a green and orange figure, a man with a beard, a man in a suit, a snowman, and a man in a military uniform. They are arranged in a row, and the background is blurred, showing more of the same figurines.

HACER NEGOCIO Y POLÍTICA

A photograph of a large, modern hydroponic greenhouse. The structure is made of metal and glass, and the interior is filled with rows of green plants growing in a controlled environment. The plants are supported by a network of white pipes and are illuminated by bright lights.

ALIMENTOS, AGUA, ENERGÍA
ETC..



PROPÓSITO



HACER NEGOCIO Y POLÍTICA



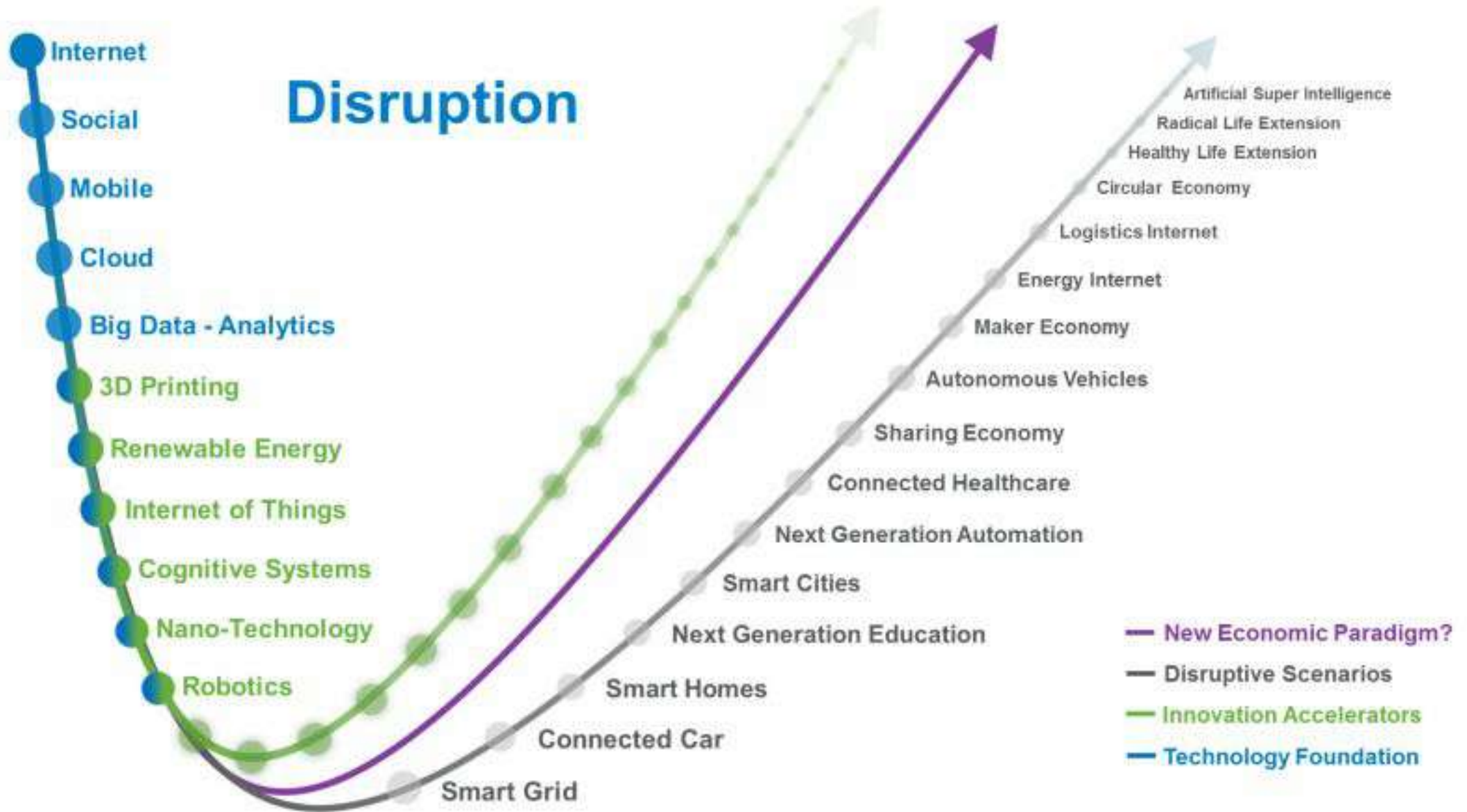
ALIMENTOS, AGUA, ENERGÍA
ETC..

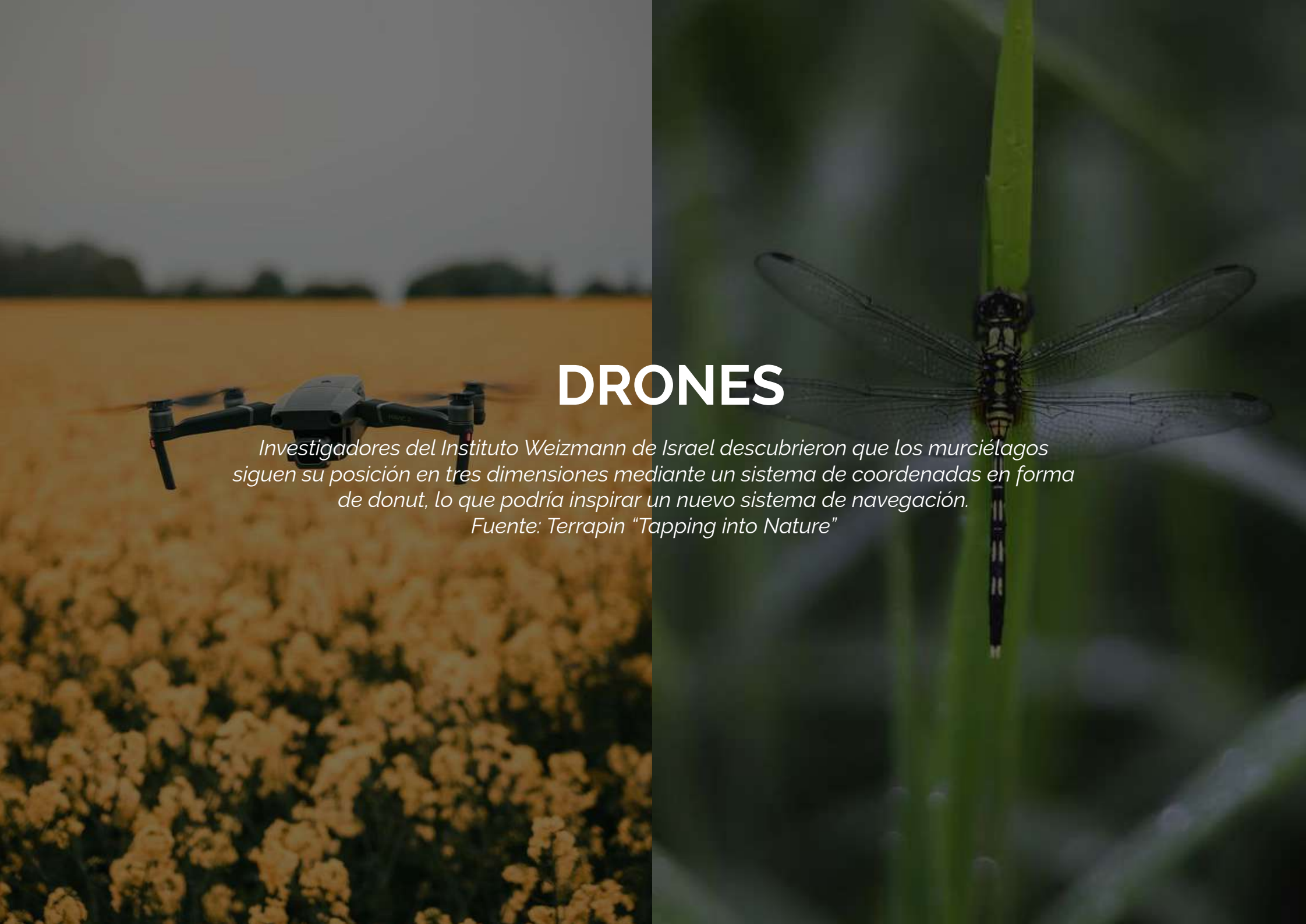
MODELO **INSPIRADO** EN LA
NATURALEZA

A close-up photograph of a person's hand holding a spiral seashell in clear, turquoise water. The water is rippled, and the light creates a shimmering effect. The word "BIOMIMÉTICA" is written in white, bold, sans-serif capital letters across the center of the image, partially overlapping the hand and the shell.

BIOMIMÉTICA

Disruption

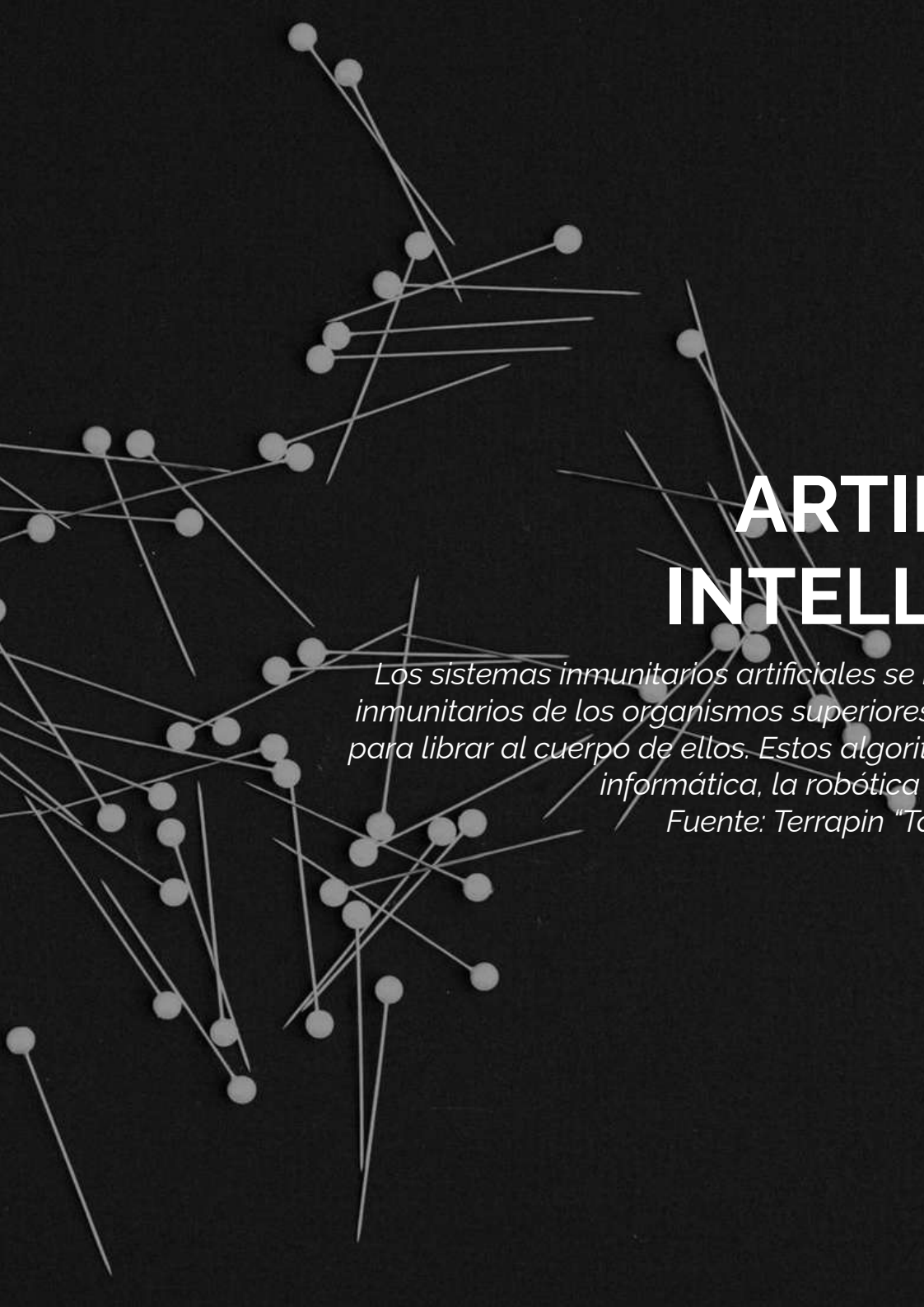




DRONES

Investigadores del Instituto Weizmann de Israel descubrieron que los murciélagos siguen su posición en tres dimensiones mediante un sistema de coordenadas en forma de donut, lo que podría inspirar un nuevo sistema de navegación.

Fuente: Terrapin "Tapping into Nature"



ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Los sistemas inmunitarios artificiales se inspiran en la forma en que los sistemas inmunitarios de los organismos superiores detectan cuerpos extraños y se adaptan para librar al cuerpo de ellos. Estos algoritmos se utilizan en la seguridad informática, la robótica y la detección de fallos.

Fuente: Terrapin "Tapping into Nature"





ALMACENAJE INFORMACIÓN

Científicos del Instituto Wyss de Harvard codificaron 700 terabytes de datos en menos de un gramo de ADN. Los científicos creen que, con nuevas mejoras, todos los datos del mundo (1,8 zettabytes) podrían almacenarse teóricamente en unos 4 gramos de ADN.

Fuente: Terrapin "Tapping into Nature"

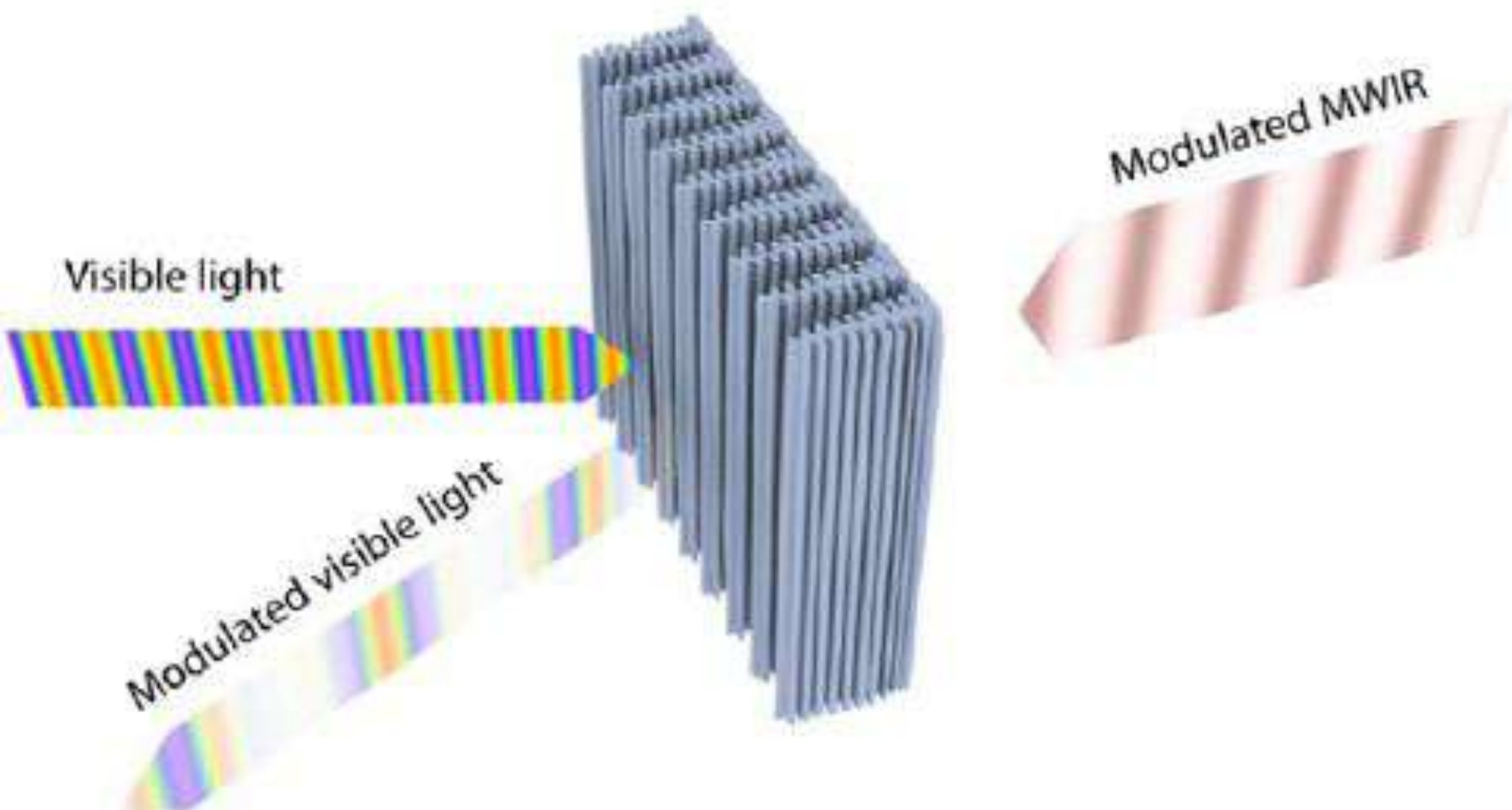








Morpho butterfly nanostructure





<https://www.lexus.eu/discover-lexus/lexus-news/lc-structural-blue>

NEW LEXUS STRUCTURAL BLUE



Just as the wonder of nature's colours can make us stop and stare in admiration, Lexus has produced a dazzling new shade that will make its new LC luxury coupé

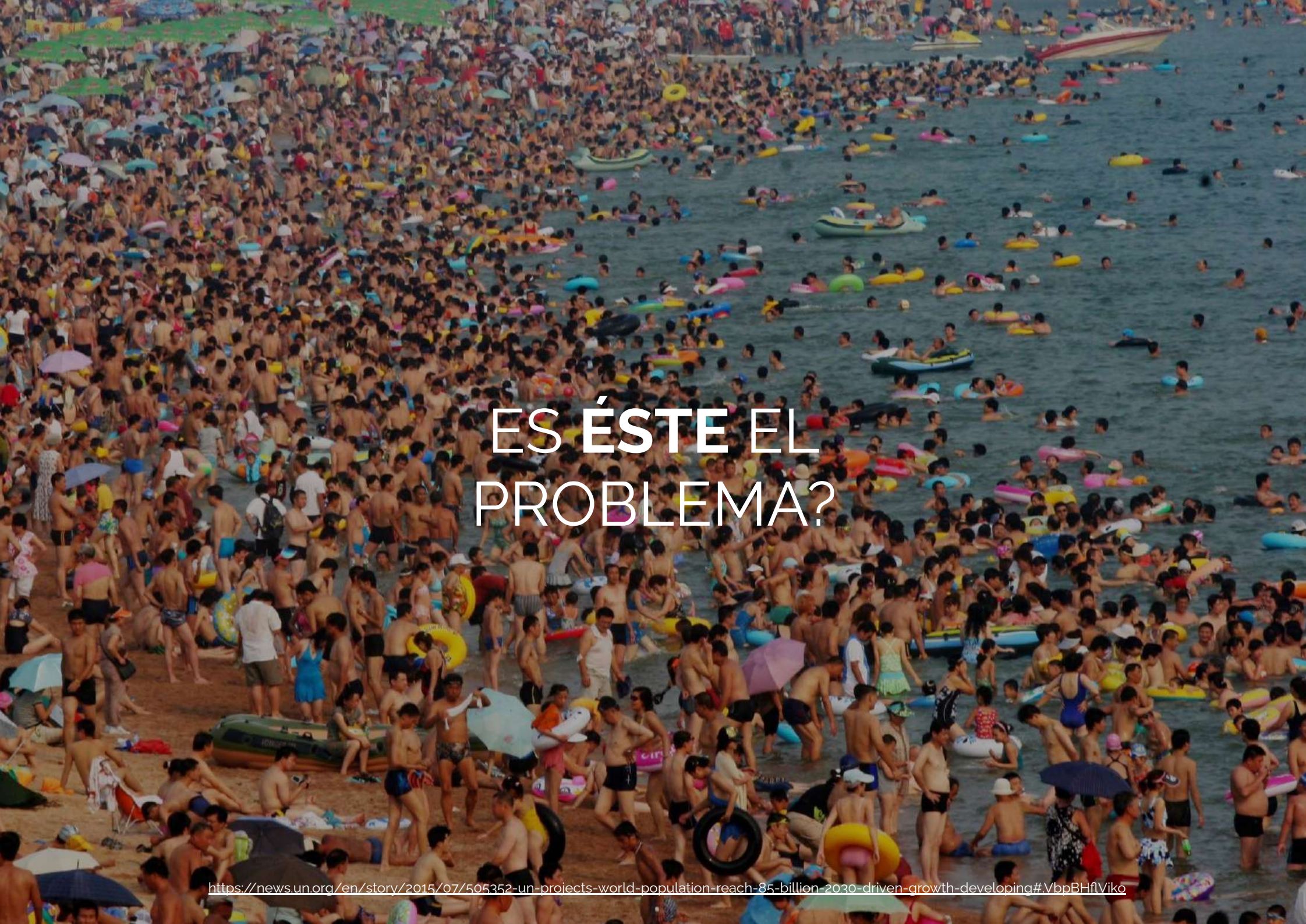
Sources: <https://www.lexus.eu/discover-lexus/lexus-news/lc-structural-blue#hero>

<https://www.lexus.eu/discover-lexus/lexus-news/lc-structural-blue>





8.500.000.000
EN 2030

A high-angle, wide shot of a crowded beach and swimming area. Hundreds of people are visible, many in swimwear, some sitting on towels on the sand, others wading or swimming in the water. Numerous colorful inflatable rings and small boats are scattered throughout the water. The sheer density of the crowd is the central focus of the image.

ES ÉSTE EL PROBLEMA?

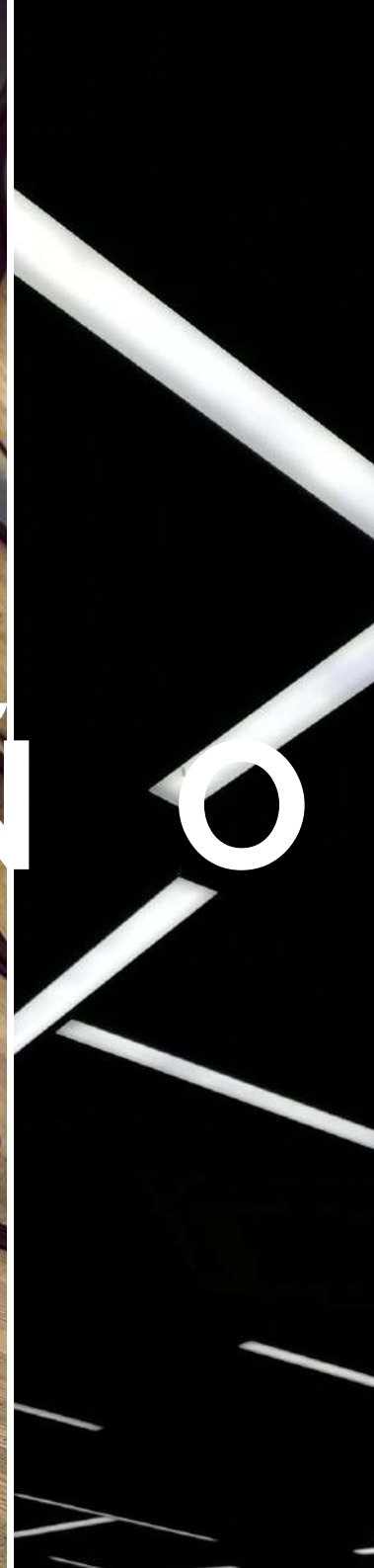
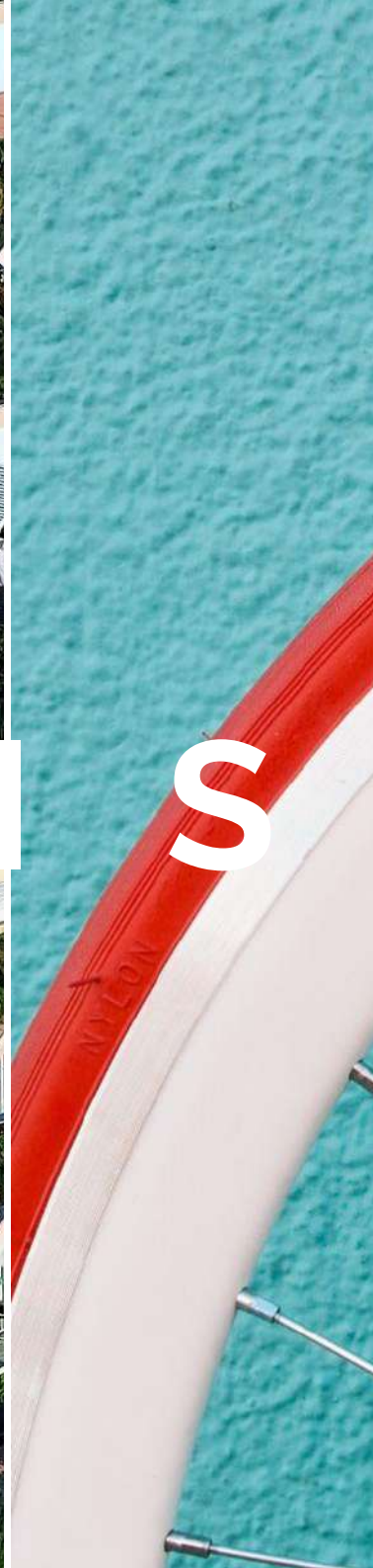
<https://news.un.org/en/story/2015/07/505352-un-projects-world-population-reach-85-billion-2030-driven-growth-developing#VbpBHfIViko>

30.000 MILLONES

VS

7.500 MILLONES



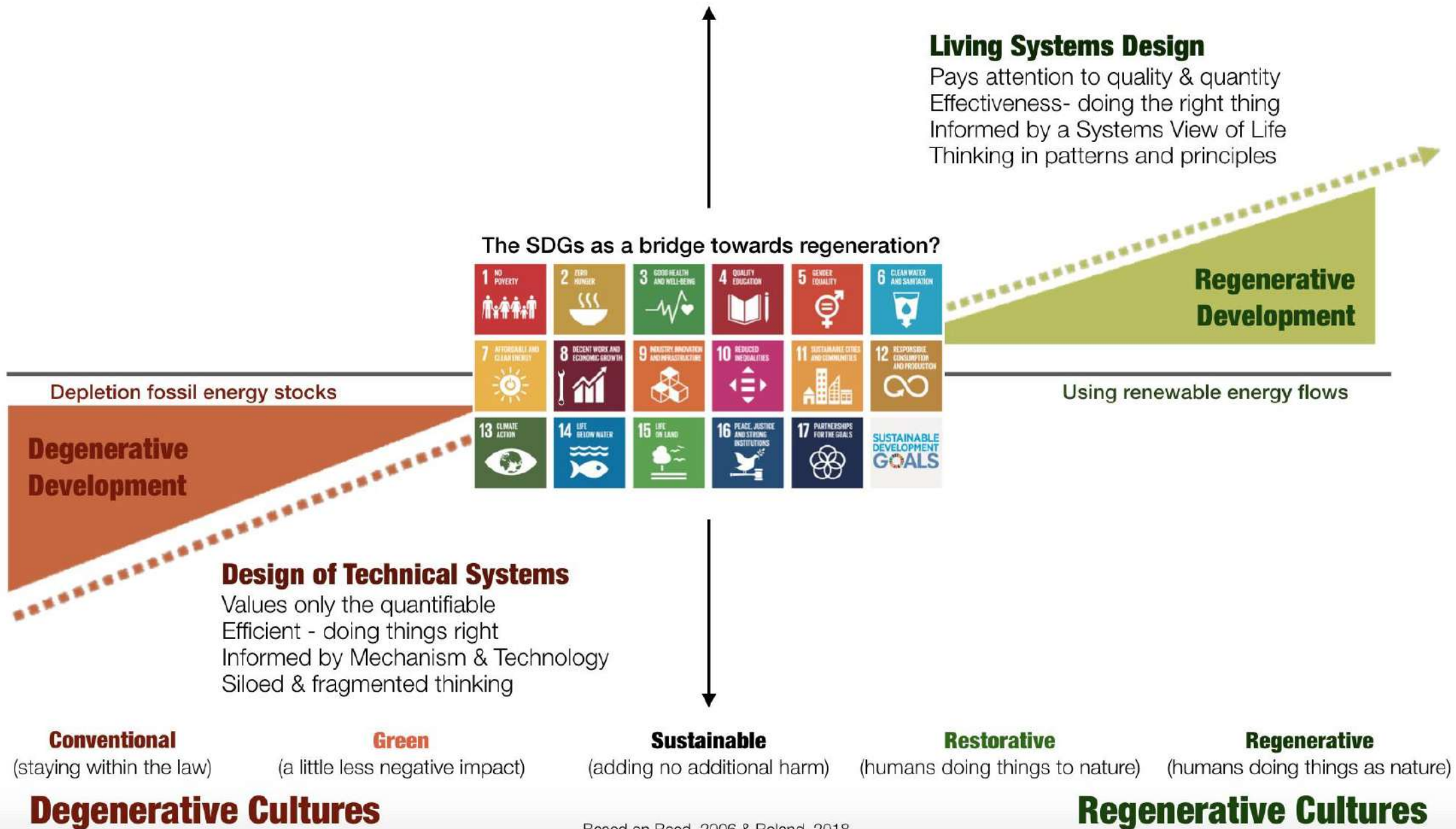


D I S E Ñ O



INCLUIR **PRINCIPIOS
REGENERATIVOS** EN LA FASE DE
DISEÑO DE PRODUCTOS,
SERVICIOS Y NEGOCIOS

Beyond Sustainability: Designing Regenerative Cultures



Based on Reed, 2006 & Roland, 2018

Credits: Daniel Christian Wahl designforsustainability.medium.com/



**ENTENDER Y
REPENSAR**
EL SISTEMA
LINEAL



**MEJOR
SOLUCIONES** QUE
LAS ACTUALES



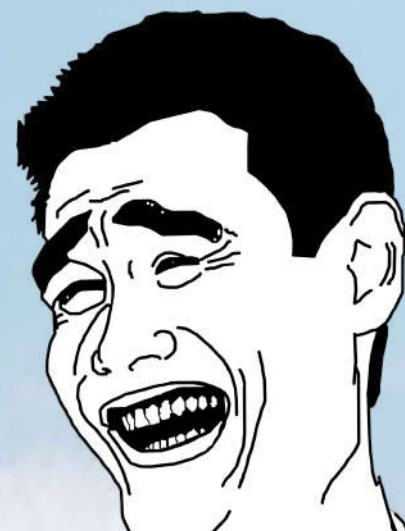
GENERAR **VALOR
REAL** PARA EL
MERCADO Y LA
SOCIEDAD



**PROTOTIPAR Y
APRENDER**



**VIABILIDAD
ECONÓMICA**



MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA



producto
/ servicio

sociedad y medio ambiente

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Cual necesidad estamos satisfaciendo?
Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
nuestros canales?
nuestras relaciones con los clientes?
nuestras fuentes de ingresos?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Canales



A traves de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como los estamos alcanzando ahora?
Como estan integrados nuestros canales?
Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los mas rentables?
Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Estructura De Costos



Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

Fuente De Ingresos



Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuan aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

¿Cuál rol tienen en la creación de valor?
¿Qué tipo de rol tienen?
¿Pueden ser socios o proveedores?
¿Pueden ser socios o proveedores?

A · ECOCANVAS: DISEÑO DE NEGOCIOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

ANTICIPACIÓN e IMPACTO AMBIENTAL · AIA <i>¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos ambientales más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en el calentamiento global, la escasez de recursos, etc.</i>  <i>Ve a la herramienta ANÁLISIS PESTAL</i> <i>Aquí abajo indica cuáles son los impactos ambientales que vas a generar: positivos y negativos.</i> 	CADENA DE VALOR CIRCULAR · CDV <i>¿Quiénes son los principales grupos de interés (STKs) que van a afectar el proyecto o pueden ser afectados por él?</i>  <i>Ve a la herramienta MAPEO CIRCULAR</i>	PROBLEMA / NECESIDAD · PRO <i>¿Cuál es el problema / necesidad que has identificado y pretendes resolver?</i>  <i>Ve a la herramienta NECESIDADES / PROBLEMA</i>	PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR · PVC <i>¿Cuál es tu propuesta de valor única para cada segmento de cliente? ¿Cuál es el valor único (que no se puede copiar) que generas? Describe la propuesta de valor.</i> 	RELACIÓN CON CLIENTES y STAKEHOLDERS · REL <i>¿Cómo es tu relación con tus clientes y grupos de interés?</i> 	SEGMENTOS DE CLIENTES · SCL <i>¿Quiénes / son afectados por el problema? ¿Quiénes son tus principales segmentos de clientes? ¡Sé lo más específica posible. Si tienes varios usa colores diferentes.</i> 	ANTICIPACIÓN e IMPACTO SOCIAL · AIS <i>¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos sociales más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en tecnología, cultura, redes sociales.</i>  <i>Ve a la herramienta ANÁLISIS PESTAL</i> <i>Aquí abajo indica cuáles son los impactos sociales que vas a generar: positivos y negativos.</i> 
RECURSOS CLAVE · REC <i>¿Qué recursos (físicos, humanos, financieros...) necesita tu empresa para funcionar? ¿Cuál es tu principal canal de distribución?</i>  <i>Ve a la herramienta MAPEO CIRCULAR</i>		COMUNICACIÓN y VENTA · CMV <i>¿Cómo atraerás a los clientes y promoverás tus productos y servicios? ¿Cómo se presentarán tus productos y servicios?</i> <i>Describe los productos y servicios.</i> 		PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR · PVC <i>¿Cuál es tu propuesta de valor única para cada segmento de cliente? ¿Cuál es el valor único (que no se puede copiar) que generas? Describe la propuesta de valor.</i> 		
ESTRUCTURA DE COSTES · COS <i>¿Cuáles son los costes en que incurrirá tu negocio implementando las actividades y utilizando los recursos necesarios? Piensa bien en todas las fuentes de gasto.</i> 			FLUJO DE INGRESOS · ING <i>¿Cuáles son los diferentes flujos de ingresos por el valor que creas y entregas al mercado?</i> 			
MODELOS DE NEGOCIO E INNOVACIÓN (CIRCULAR) · CRC <i>¿Cuáles son las características clave de tu modelo de negocio circular? Aplica las estrategias de circularización y describe aquí el resultado.</i>  <i>Ve a la herramienta IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES y después a la herramienta ESTRATEGIAS DE CIRCULARIZACIÓN para generar nuevas ideas y evaluar el potencial de la circularización.</i>						

A · ECOCANVAS: DISEÑO DE NEGOCIOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

ANTICIPACIÓN e IMPACTO AMBIENTAL · AIA

¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos ambientales más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en el calentamiento global, la escasez de recursos, etc.



Ve a la herramienta **ANÁLISIS PESTAL**

Aquí abajo indica cuáles son los impactos ambientales que vas a generar: positivos y negativos.



CADENA DE VALOR CIRCULAR · CDV

¿Quiénes son los principales grupos de interés (STKs) que van a afectar el proyecto o pueden ser afectados por él?



Ve a la herramienta **MAPEO CIRCULAR**

PROBLEMA / NECESIDAD · PRO

¿Cuál es el problema / necesidad que has identificado y pretendes resolver?



Ve a la herramienta **NECESIDADES / PROBLEMA**

RECURSOS CLAVE · REC

¿Qué recursos (físicos, humanos, financieros ...) necesita tu empresa para funcionar? ¿Cuál es tu relación con el capital natural?



Ve a la herramienta **MAPEO CIRCULAR**

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR · PVC

¿Cuál es tu propuesta de valor única para cada segmento de cliente? ¿Cuál es el valor único (que no se puede copiar) que generas? Describe la propuesta de valor.



Describe los productos y servicios.



Ve a la herramienta **PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR**

RELACIÓN CON CLIENTES y STAKEHOLDERS · REL

¿Cómo es tu relación con tus clientes y grupos de interés?



COMUNICACIÓN y VENTA · CMV

¿Cómo atraerás a los clientes y comprometes a las partes interesadas? ¿Cómo se presta el servicio? ¿Cómo y dónde se vende?



SEGMENTOS DE CLIENTES · SCL

¿Quiénes / son afectados por el problema? ¿Quiénes son tus principales segmentos de clientes? ¡Sé lo más específico posible. Si tienes varios usa colores diferentes.



Ve a la herramienta **PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR**

ANTICIPACIÓN e IMPACTO SOCIAL · AIS

¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos sociales más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en tecnología, cultura, redes sociales.



Ve a la herramienta **ANÁLISIS PESTAL**

Aquí abajo indica cuáles son los impactos sociales que vas a generar: positivos y negativos.



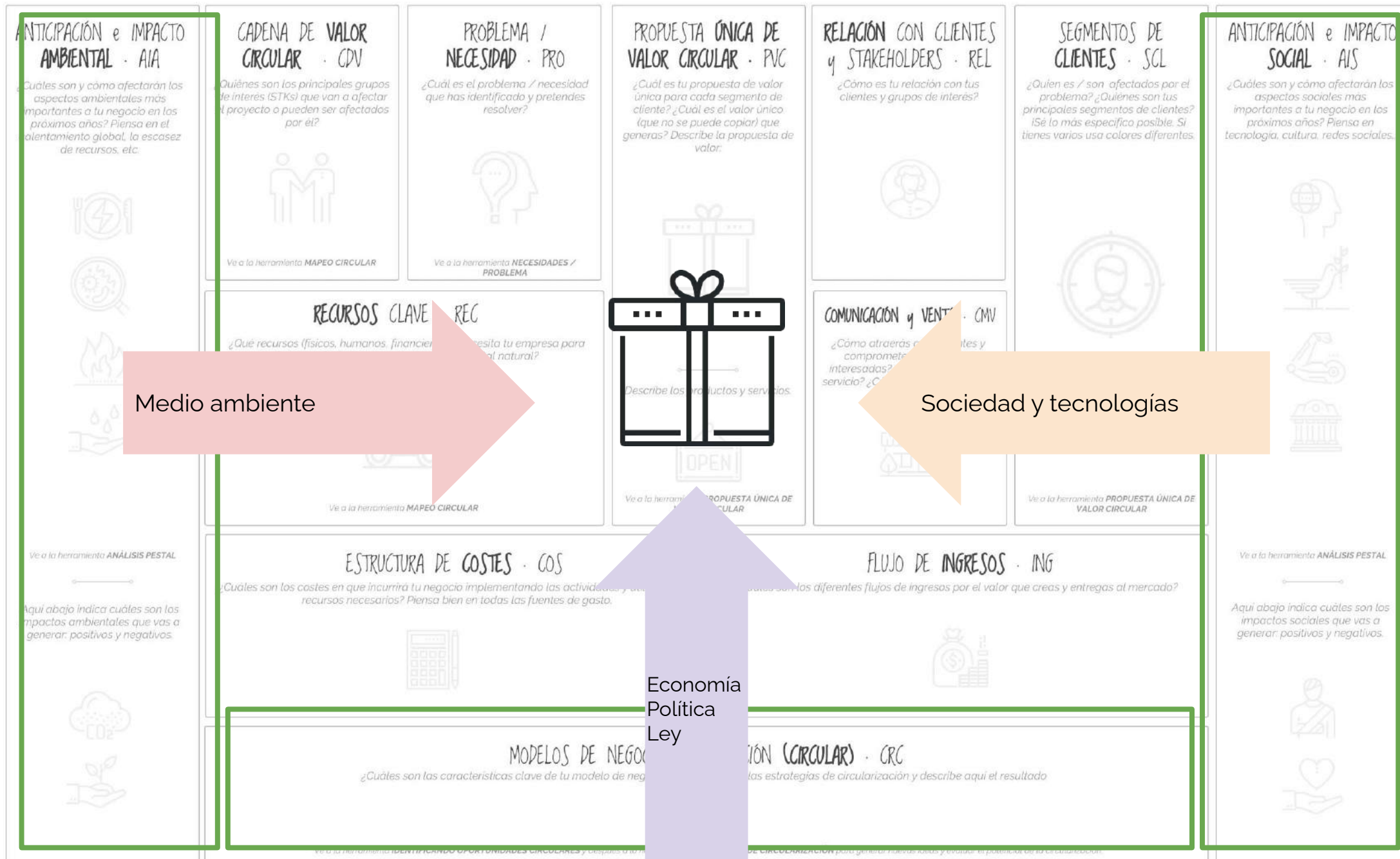
MODELOS DE NEGOCIO E INNOVACIÓN (CIRCULAR) · CRC

¿Cuáles son las características clave de tu modelo de negocio circular? Aplica las estrategias de circularización y describe aquí el resultado

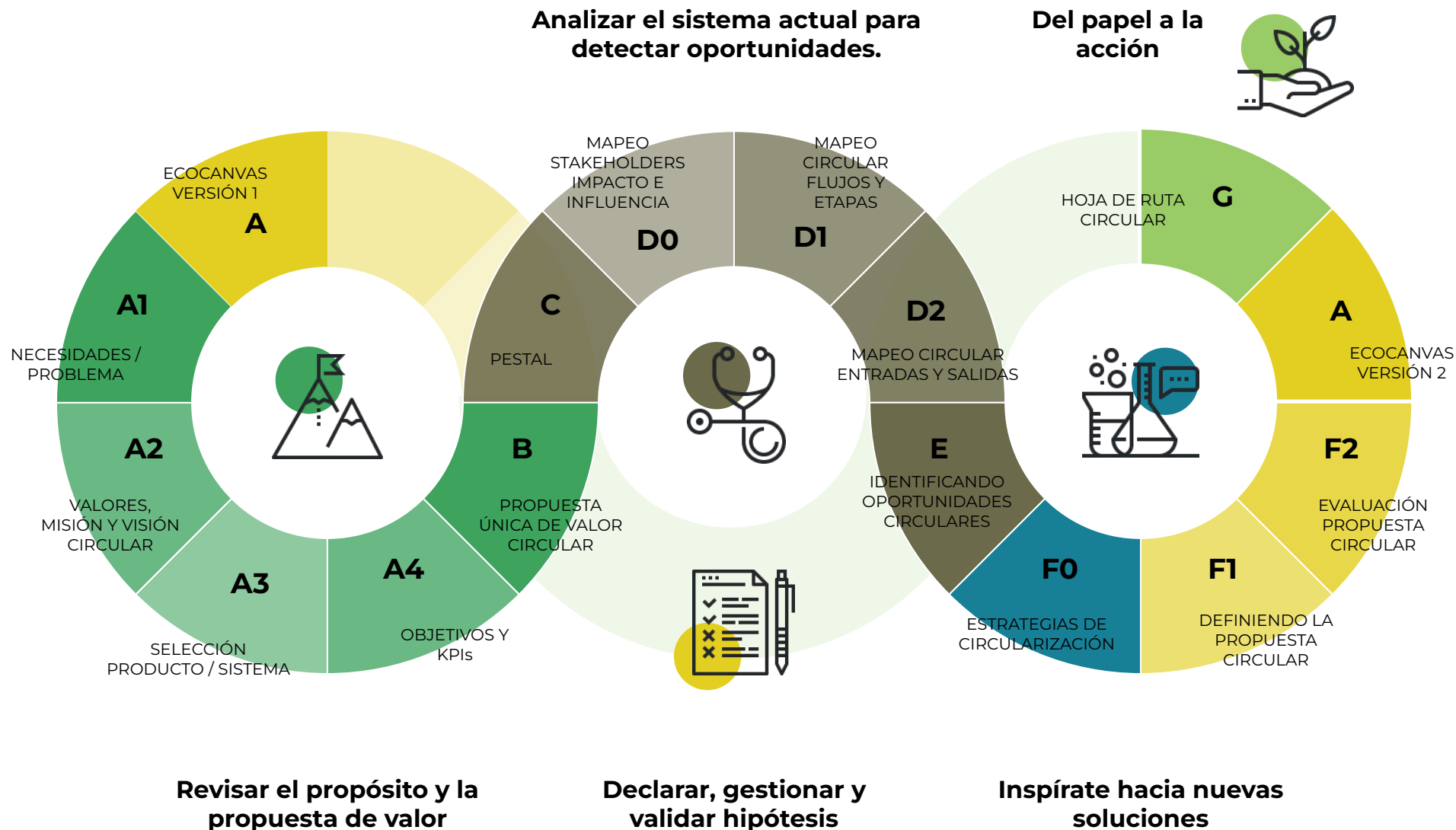


Ve a la herramienta **IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES** y después a la herramienta **ESTRATEGIAS DE CIRCULARIZACIÓN** para generar nuevas ideas y evaluar el potencial de la circularización.

A · ECOCANVAS: DISEÑO DE NEGOCIOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR



Metodología #Ecocanvas



A1 - ECOCANVAS: NECESIDADES / PROBLEMAS

Detectar las necesidades de su proyecto / organización, como punto de partida.

Ambiental

¿Qué necesidades / desafíos ambientales enfrenta / enfrenta dentro de la organización a nivel de: Estrategia de negocio, Operación de operaciones, Comercial de ventas en el mercado, Adaptar a los cambios en la tecnología, etc.

Cliente / Mercado

¿Qué necesidades / desafíos empresariales / de mercado enfrenta / enfrenta dentro de la organización a nivel de: Estrategia de negocio, Operación de operaciones, Comercial de ventas en el mercado, Adaptar a los cambios en la tecnología, etc.

A2 - ECOCANVAS: VALORES, MISIÓN Y VISIÓN CIRCULAR

Revisar la misión, visión y valores de la organización.

En enumera tus productos y servicios

¿Qué productos y servicios ofrece tu organización? ¿Cuáles son los principales? ¿Cuáles son los nuevos? ¿Cuáles son los que estás pensando lanzar?

¿Qué misión y visión tiene tu organización?

¿Qué misión y visión tiene tu organización? ¿Cuáles son los principales? ¿Cuáles son los nuevos? ¿Cuáles son los que estás pensando lanzar?

A4 - ECOCANVAS: OBJETIVOS Y KPIs

Definir tus necesidades, ahora declara tus intenciones.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

B - ECOCANVAS: PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR

Diseñar la PUC.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

C - ECOCANVAS: ANALISIS P.E.S.T.A.L. (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal)

Anticipar los cambios.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

D0 - ECOCANVAS: MAPEO STAKEHOLDERS INFLUENCIA e IMPACTO

Identificar qué influencia o genera impacto a quién.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

D1 - ECOCANVAS: MAPEO CIRCULAR FLUJOS Y ETAPAS

Dibujar tu sistema actual: Diseña, Compra, Produce y Vende.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

D2 - ECOCANVAS: MAPEO CIRCULAR ENTRADAS Y SALIDAS

Todas las entradas y salidas del ciclo de vida de su producto, servicio o sistema.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

E - ECOCANVAS: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES

De línea a circular.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

F0 - ECOCANVAS: ESTRATEGIAS DE CIRCULARIZACIÓN RESUMEN

The circularity strategies.

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

DISEÑA

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

COMPRA - PRODUCE - VENDE

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

USA Y REVALORIZA

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

FINANCIA

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

IMPULSA Y REGULA

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

F1 - ECOCANVAS: DEFINIENDO LA PROPUESTA CIRCULAR

Suelta tu creatividad.

1. Dibuja tu solución circular

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

2. Ahora, descríbela

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

3. Hipótesis

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

F2 - ECOCANVAS: EVALUACIÓN DE PROPUESTA CIRCULAR

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

A - ECOCANVAS: DISEÑO DE NEGOCIOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

G - ECOCANVAS: HOJA DE RUTA CIRCULAR

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

¿Qué necesitas? ¿Qué quieres? ¿Qué necesitas?

Objetivos principales del negocio:

1 • Explorar el potencial de la circularidad

Están buscando transformar su sistema actual y explorar si existen oportunidades para generar ahorros en la energía y los recursos que se desperdician al aplicar estrategias de circularidad. Están interesados pero necesitan motivación extra y resultados rápidos.

¿Tienen claro qué producto o sistema hay que explorar?	No, aún pensando	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, pero no están seguros	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, lo tienen muy claro	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
¿Han realizado previamente alguna Análisis de Ciclo de Vida?	No, nunca han escuchado eso..	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, han hecho algo al respecto	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, lo tienen muy trabajado	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
¿Tienen tiempo para explorar más en profundidad?	No, un par de horas / sesiones	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Bueno.. Tienen algo de tiempo	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, pueden y quieren dedicar el tiempo necesario	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G

Para saber cuáles elegir, mira esta leyenda:

X • Se puede pasar

X • Recomendada

X • Muy recomend.

Para seleccionar las herramientas que se utilizarán en tu caso, verifica las respuestas en cada fila y combina las opciones sugeridas en una sola lista final. Recuerda que hacer más no es perjudicial, así que no dude en incluir más herramientas si las considera útiles.

Objetivos principales del negocio:

2 • Diseñar un nuevo producto-servicio

Quieren diseñar un nuevo producto-servicio o rediseñar algunos de su propio portafolio hacia modelos circulares. La compañía o emprendimiento está buscando un nuevo posicionamiento de marca, interrumpir otro nicho de mercado o evitar que temas legales, hábitos de consumidores y otras tendencias reduzcan su cuota de mercado debido a las fuerzas ambientales, políticas, tecnológicas, etc.

¿Existe el producto-servicio que quieren diseñar?	No, es nuevo completamente	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, pero es de la competencia	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, es uno propio	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
¿Hay información ambiental disponible sobre el futuro producto?	No, nada o muy poco	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, hay algo pero puede ser difícil de conseguir	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, pueden acceder a ella sin problemas	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
¿Es B2B (empresa > empresa) o B2C (empresa > consumidor)?	Sólo B2B	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sólo B2C	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Ambos.. B2B y B2C	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G

Para saber cuáles elegir, mira esta leyenda:

X - Se puede pasar

X - Recomendada

X - Muy recomend.

Para seleccionar las herramientas que se utilizarán en tu caso, verifica las respuestas en cada fila y combina las opciones sugeridas en una sola lista final. Recuerda que hacer más no es perjudicial, así que no dude en incluir más herramientas si las consideras útiles.

Típicos objetivos del negocio:

3 • Validar una idea circular

Están buscando un marco / proceso para trabajar en el prototipo empresarial y obtener soporte para la validación de la hipótesis principal. Hay algunos problemas aún por definir y el proyecto se encuentra en una etapa temprana, en la que ni siquiera el cliente está totalmente identificado y comprendido.

¿Han tenido la oportunidad de definir un Modelo de Negocio Canvas, previamente?	No, nunca lo han escuchado	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, si pero no están muy familiarizados	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, lo conocen y dominan bien	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
¿Han identificado las hipótesis principales?	No, están aún en ello	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, pero sólo algunas	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, han trabajado bastante en ello	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
¿Tienen el producto-servicio bien acotado / definido?	No, es una startup con un idea nada más	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, lo tienen acotado y se está diseñando	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G
	Sí, el producto - servicio está diseñado	A	A1	A2	A3	A4	B	C	D0	D1	D2	E	F0	F1	F2	A	G

Para saber cuáles elegir, mira esta leyenda:

X • Se puede pasar

X • Recomendada

X • Muy recomend.

Para seleccionar las herramientas que se utilizarán en tu caso, verifica las respuestas en cada fila y combina las opciones sugeridas en una sola lista final. Recuerda que hacer más no es perjudicial, así que no dude en incluir más herramientas si las consideras útiles.

Típicos objetivos del negocio:

4 • Pasar de convencional a circular

Pretenden iniciar un nuevo posicionamiento en el campo verde y circular. Hasta el momento podrían haber iniciado, o no, un viaje que aún está lleno de dudas e incertidumbre sobre cómo proceder. La presión del mercado es el impulsor clave. Necesitan ser inspirados y motivados para seguir.

¿Es la primera vez que se "enfrentan" a la sostenibilidad, RSE (RSC)?	☐ Sí, primera vez que se han dado cuenta de ello	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☒ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
	☐ No, han hecho algo en pasado	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
	☐ No, han trabajado y obtenido ya resultados	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
¿Han realizado previamente alguna Análisis de Ciclo de Vida?	☐ No, nunca han escuchado eso..	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
	☐ Sí, han hecho algo al respecto	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
	☐ Sí, lo tienen muy trabajado	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
¿Es B2B (empresa > empresa) o B2C (empresa > consumidor)?	☐ Sólo B2B	☐ A ☐ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
	☐ Sólo B2C	☐ A ☒ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☒ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G
	☐ Ambos.. B2B y B2C	☐ A ☒ A1 ☒ A2 ☐ A3 ☒ A4 ☐ B ☐ C ☐ D0 ☐ D1 ☐ D2 ☐ E ☒ F0 ☐ F1 ☐ F2 ☐ A ☒ G

Para saber cuáles elegir, mira esta leyenda:

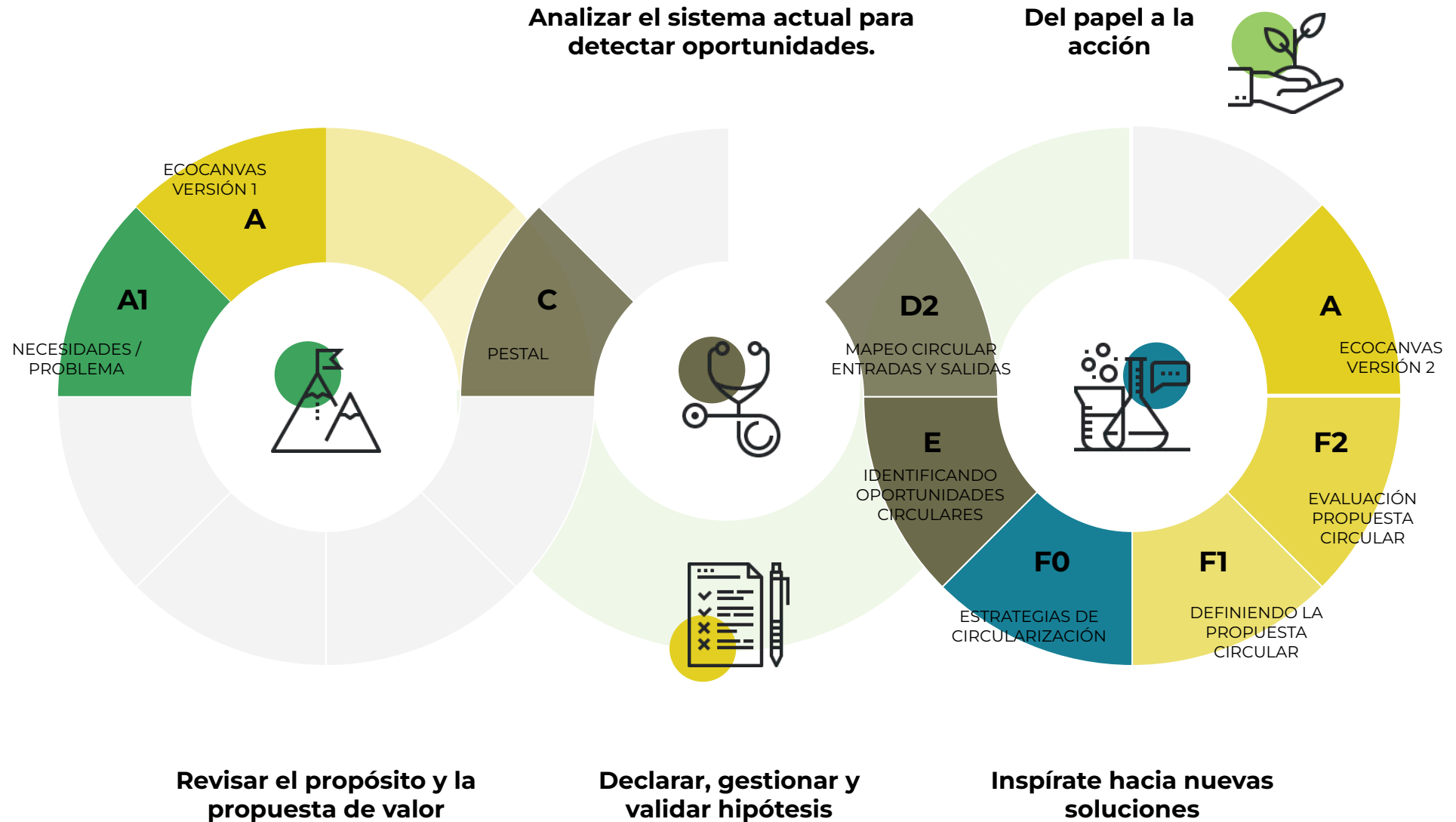
X • Se puede pasar

X • Recomendada

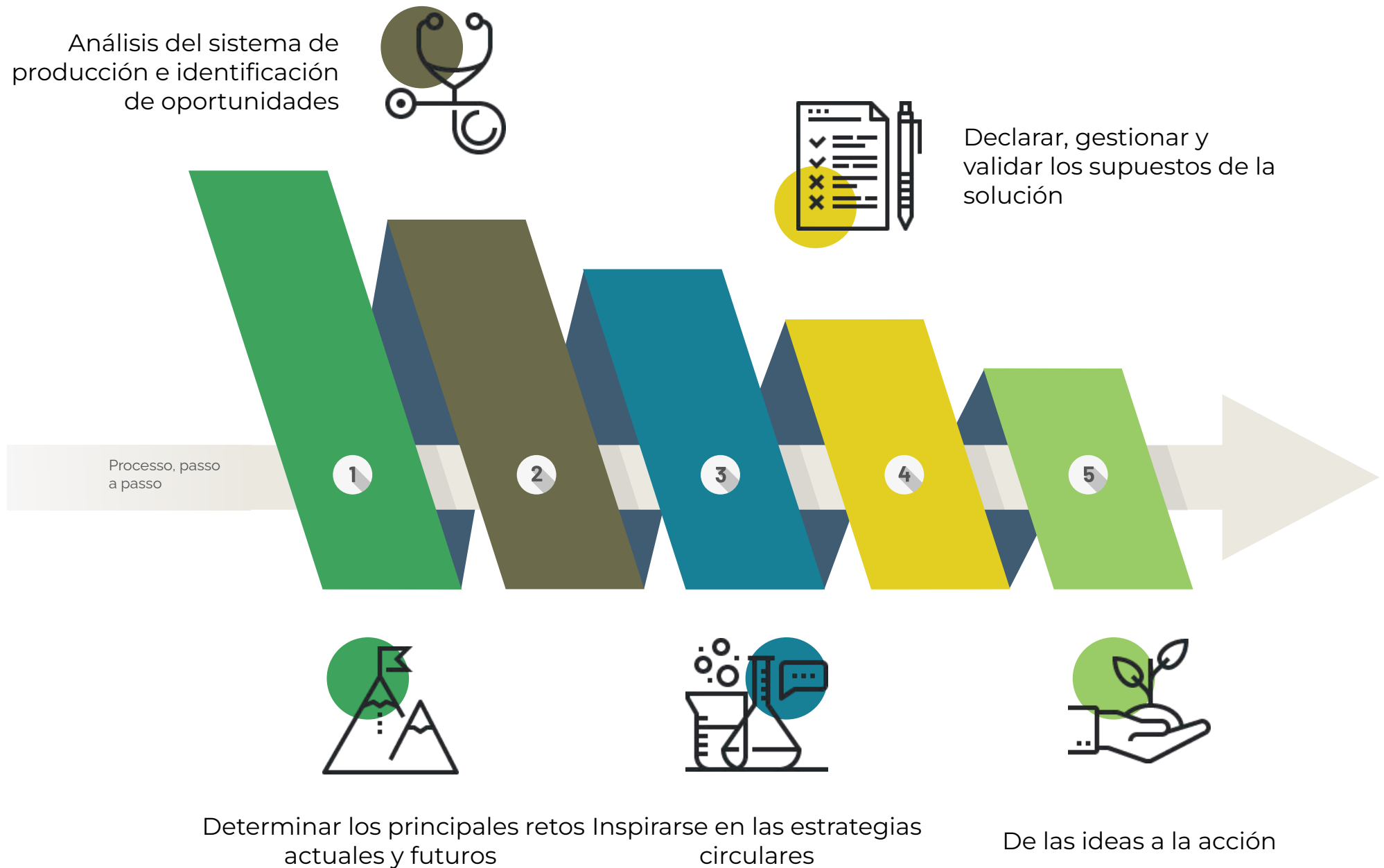
X • Muy recomend.

Para seleccionar las herramientas que se utilizarán en tu casa, verifica las respuestas en cada fila y combina las opciones sugeridas en una sola lista final. Recuerda que hacer más no es perjudicial, así que no dude en incluir más herramientas si las considera útiles.

Metodología #Ecocanvas SPRINT



Metodología **Ecocanvas**: versión **SPRINT**



FASE 1

A1 · ECOCANVAS NECESIDADES / PROBLEMAS

Detectar las necesidades de su proyecto / organización, como punto de partida. Para comprender las necesidades, el punto de partida es el diagnóstico de la situación actual. Este diagnóstico puede ser realizado a través de la observación directa, la entrevista, el cuestionario, el grupo de discusión, el análisis de documentos, etc.

Ambiental ¿Qué necesidades / problemas ambientales se detectan / observan en la organización? ¿Qué necesidades / problemas ambientales se detectan / observan en el entorno? ¿Qué necesidades / problemas ambientales se detectan / observan en la comunidad?	Social ¿Qué necesidades / problemas sociales se detectan / observan en la organización? ¿Qué necesidades / problemas sociales se detectan / observan en el entorno? ¿Qué necesidades / problemas sociales se detectan / observan en la comunidad?
	
Cliente / Mercado ¿Qué necesidades / problemas de los clientes / mercado se detectan / observan en la organización? ¿Qué necesidades / problemas de los clientes / mercado se detectan / observan en el entorno? ¿Qué necesidades / problemas de los clientes / mercado se detectan / observan en la comunidad?	Personal / motivacional ¿Qué necesidades / problemas personales / motivacionales se detectan / observan en la organización? ¿Qué necesidades / problemas personales / motivacionales se detectan / observan en el entorno? ¿Qué necesidades / problemas personales / motivacionales se detectan / observan en la comunidad?

© 2018. Todos los derechos reservados. Este documento es propiedad de EcoCanvas. No se permite la reproducción total o parcial sin el consentimiento escrito de EcoCanvas.

C · ECOCANVAS ANÁLISIS P.E.S.T.A.L. (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal)

Anticipando los cambios: un análisis P.E.S.T.A.L. permite anticipar los cambios que se producirán en el entorno de la organización y que pueden afectar a su funcionamiento. Este análisis se realiza a través de la observación directa, la entrevista, el cuestionario, el grupo de discusión, el análisis de documentos, etc.

ANÁLISIS AMBIENTAL ¿Qué cambios ambientales se detectan / observan en la organización? ¿Qué cambios ambientales se detectan / observan en el entorno? ¿Qué cambios ambientales se detectan / observan en la comunidad?	ANÁLISIS POLÍTICO ¿Qué cambios políticos se detectan / observan en la organización? ¿Qué cambios políticos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué cambios políticos se detectan / observan en la comunidad?
ANÁLISIS ECONÓMICO ¿Qué cambios económicos se detectan / observan en la organización? ¿Qué cambios económicos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué cambios económicos se detectan / observan en la comunidad?	ANÁLISIS SOCIAL ¿Qué cambios sociales se detectan / observan en la organización? ¿Qué cambios sociales se detectan / observan en el entorno? ¿Qué cambios sociales se detectan / observan en la comunidad?
ANÁLISIS TECNOLÓGICO ¿Qué cambios tecnológicos se detectan / observan en la organización? ¿Qué cambios tecnológicos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué cambios tecnológicos se detectan / observan en la comunidad?	ANÁLISIS LEGAL ¿Qué cambios legales se detectan / observan en la organización? ¿Qué cambios legales se detectan / observan en el entorno? ¿Qué cambios legales se detectan / observan en la comunidad?

© 2018. Todos los derechos reservados. Este documento es propiedad de EcoCanvas. No se permite la reproducción total o parcial sin el consentimiento escrito de EcoCanvas.

FASE 2

D1 · ECOCANVAS MAPEO CIRCULAR FLUJOS y ETAPAS

Trabaja los flujos y etapas: el mapeo circular de flujos y etapas permite visualizar el ciclo de vida de un producto, servicio o sistema, desde su diseño hasta su disposición final. Este mapeo se realiza a través de la observación directa, la entrevista, el cuestionario, el grupo de discusión, el análisis de documentos, etc.

Dibuja tu sistema actual: Diseña, Compra, Produce y vende ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la comunidad?	Experiencia de usuario: Uso y Consumo ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la comunidad?
	
Fin de vida? Revalorize ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la comunidad?	Fin de vida? Revalorize ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la comunidad?

© 2018. Todos los derechos reservados. Este documento es propiedad de EcoCanvas. No se permite la reproducción total o parcial sin el consentimiento escrito de EcoCanvas.

D2 · ECOCANVAS MAPEO CIRCULAR ENTRADAS y SALIDAS

Trabaja las entradas y salidas del ciclo de vida de su producto, servicio o sistema: el mapeo circular de entradas y salidas permite visualizar el ciclo de vida de un producto, servicio o sistema, desde su diseño hasta su disposición final. Este mapeo se realiza a través de la observación directa, la entrevista, el cuestionario, el grupo de discusión, el análisis de documentos, etc.

tu ciclo de vida: ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos y etapas se detectan / observan en la comunidad?	RECURSOS QUE ENTREN EN EL CICLO DE VIDA: ¿Qué recursos se detectan / observan en la organización? ¿Qué recursos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué recursos se detectan / observan en la comunidad?	FLUJOS QUE ENTREN EN EL CICLO DE VIDA: ¿Qué flujos se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos se detectan / observan en la comunidad?	FLUJOS QUE SALEN DEL CICLO DE VIDA: ¿Qué flujos se detectan / observan en la organización? ¿Qué flujos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué flujos se detectan / observan en la comunidad?	RECURSOS QUE SALEN DEL CICLO DE VIDA: ¿Qué recursos se detectan / observan en la organización? ¿Qué recursos se detectan / observan en el entorno? ¿Qué recursos se detectan / observan en la comunidad?
				

© 2018. Todos los derechos reservados. Este documento es propiedad de EcoCanvas. No se permite la reproducción total o parcial sin el consentimiento escrito de EcoCanvas.

FASE 3

E · ECOCANVAS: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES

De línea a circular. En esta fase se identifican y seleccionan las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular.

SELECCIÓN DE OPORTUNIDADES

En esta fase se seleccionan las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular.

ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES

En esta fase se analizan las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular.

SELECCIÓN DE LAS OPORTUNIDADES

En esta fase se seleccionan las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular.

ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES

En esta fase se analizan las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las oportunidades de negocio que se van a desarrollar en la economía circular.

Fo · ECOCANVAS: ESTRATEGIAS DE CIRCULARIZACIÓN: RESUMEN

Las estrategias de circularización

En esta fase se resumen las estrategias de circularización que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las estrategias de circularización que se van a desarrollar en la economía circular.

COMPRAR

En esta fase se compran los materiales que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran los materiales que se van a desarrollar en la economía circular.

PRODUCIR

En esta fase se producen los productos que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran los productos que se van a desarrollar en la economía circular.

VENIR

En esta fase se venden los productos que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran los productos que se van a desarrollar en la economía circular.

USAR

En esta fase se usan los productos que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran los productos que se van a desarrollar en la economía circular.

REVALORIZAR

En esta fase se revalorizan los productos que se van a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran los productos que se van a desarrollar en la economía circular.

FASE 4

F1 · ECOCANVAS: DEFINIENDO LA PROPUESTA CIRCULAR

Suena tu creatividad. En esta fase se define la propuesta circular que se va a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentra la propuesta circular que se va a desarrollar en la economía circular.

1. Dibuja tu solución circular

En esta fase se dibuja la solución circular que se va a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentra la solución circular que se va a desarrollar en la economía circular.

2. Ahora, descríbela

En esta fase se describe la solución circular que se va a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentra la solución circular que se va a desarrollar en la economía circular.

3. Hipótesis

En esta fase se plantea la hipótesis de la solución circular que se va a desarrollar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentra la hipótesis de la solución circular que se va a desarrollar en la economía circular.

F2 · ECOCANVAS: EVALUACIÓN DE PROPUESTA CIRCULAR

1. Define a la derecha la estrategia que pretendes aplicar:

En esta fase se define la estrategia que se va a aplicar en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentra la estrategia que se va a aplicar en la economía circular.

2. Escribe los parámetros de viabilidad que son importantes.

En esta fase se escriben los parámetros de viabilidad que son importantes en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran los parámetros de viabilidad que son importantes en la economía circular.

TIPO DE EMPRESA	INDICADOR DE RENDIMIENTO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	INDICADOR DE RENDIMIENTO
1. Empresa A	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2. Empresa B	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
3. Empresa C	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
4. Empresa D	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
5. Empresa E	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

Algunas dificultades con los parámetros:

En esta fase se plantean algunas dificultades con los parámetros de viabilidad que son importantes en la economía circular. Se trata de un proceso iterativo que se repite hasta que se encuentran las dificultades con los parámetros de viabilidad que son importantes en la economía circular.

Del **Modelo** al **Plan de Negocio**?



- **Plan de Negocio Circular**



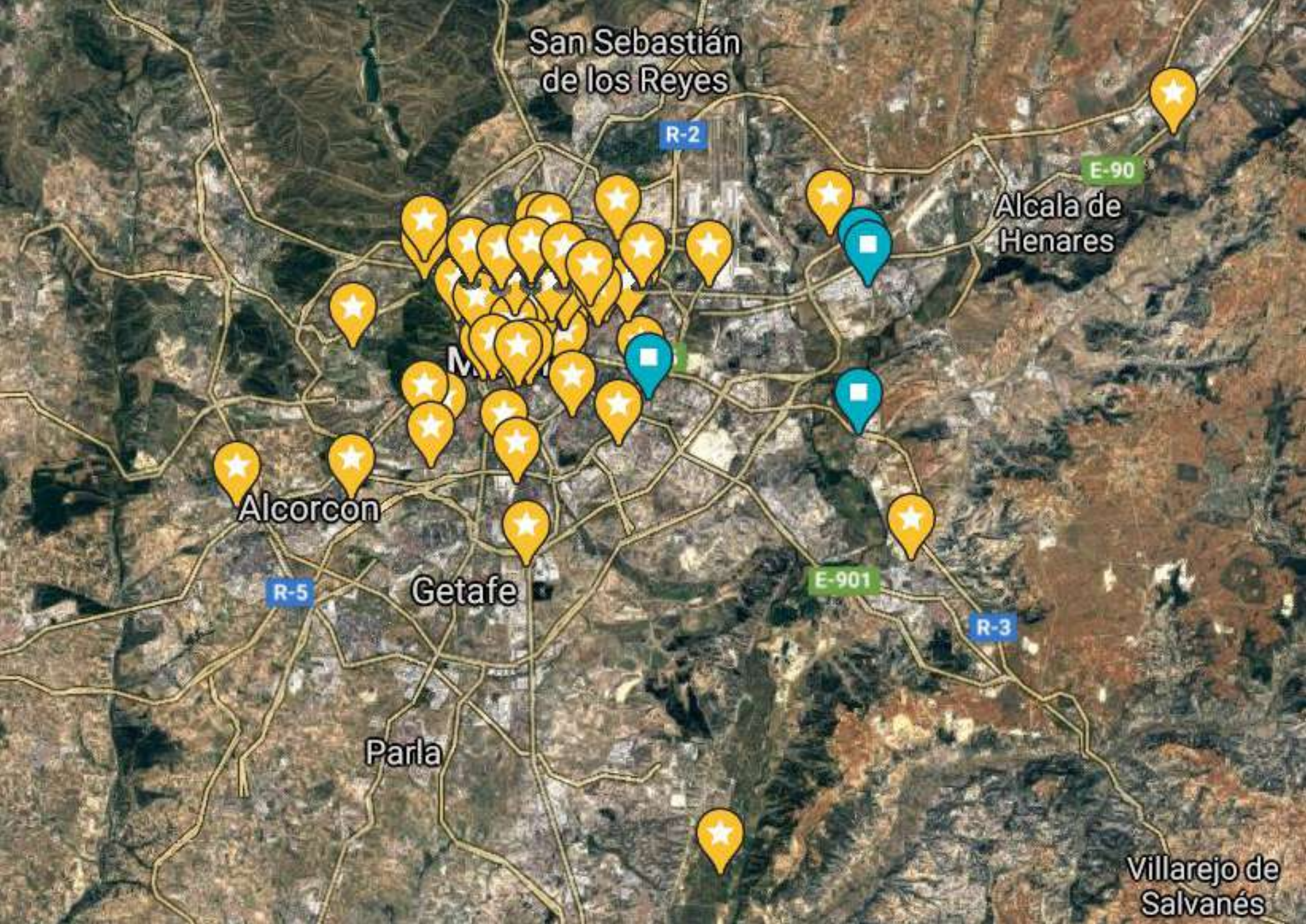
Plan de Validación de la Solución Circular (aún no sería plan de negocio)

DISTANCIA FOCAL



xxvi (Boots)





San Sebastián
de los Reyes

R-2

E-90

Alcala de
Henares

Madrid

Alcorcon

R-5

Getafe

E-901

R-3

Parla

Villarejo de
Salvanés

Lidl

Parque
Alfredo Nobel

Policía Nacional



A hand is shown in the foreground, reaching out towards the sun which is low on the horizon over a body of water. The scene is captured during sunset or sunrise, with a warm, golden glow. The text 'DEFINE EL ¿POR QUÉ?' is overlaid in white, sans-serif capital letters. The background features a calm body of water reflecting the sky, with a distant shoreline visible under a clear blue sky.

DEFINE EL ¿POR QUÉ?

A1 · ECOCANVAS: NECESIDADES / PROBLEMAS



Detectar las necesidades de su proyecto / organización, como punto de partida. Para transformar su modelo actual, debe enumerar todas las necesidades y desafíos que ha detectado hasta ahora. Esto es importante para establecer un rumbo hacia la circularidad. Cuando hayas terminado, comenzarás a elegir cuál (puede ser más) es el que más aprieta.

Ambiental <i>¿Qué necesidades / desafíos ambientales satisfaces / aboras dentro de tu organización o fuera? p.ej. Ecodiseño de mis productos, Reducción de desperdicios, Conversión de residuos en un nutriente, Apoyo a otra empresa en su transición, etc.</i>	Social <i>¿Qué necesidades / desafíos sociales satisfaces / aboras dentro de tu organización o fuera? p.ej. Mejorar las condiciones laborales, lograr la igualdad de género, reducir la pobreza, ayudar a los emprendedores sociales, etc.</i>
sin orden establecido	
Cliente / Mercado <i>¿Qué necesidades / desafíos empresariales / de mercado satisfaces / aboras dentro de tu organización o fuera? p.ej. Consolidar y aumentar tu cuota en el mercado, Mejorar las ventas, Cambiar el esquema de ingresos, Reducir costes, etc.</i>	Personal / motivacional <i>¿Qué necesidades / desafíos personales satisfaces / aboras dentro de tu organización o fuera? p.ej. Generación de una nueva cultura empresarial, Difusión de la innovación, Motivación del equipo, Fomento de la colaboración, etc.</i>



ANTICIPATE



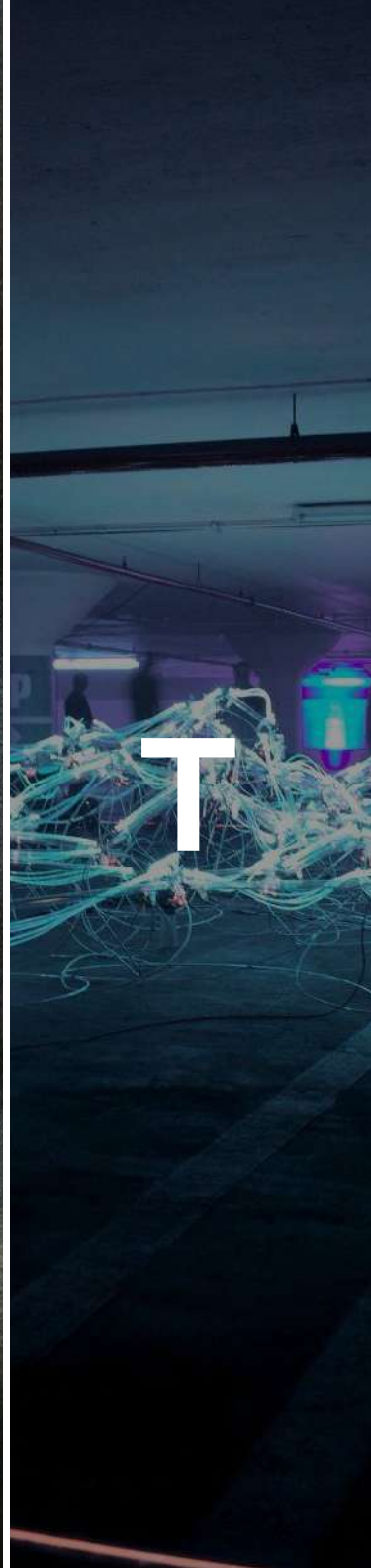
P



E



S



T

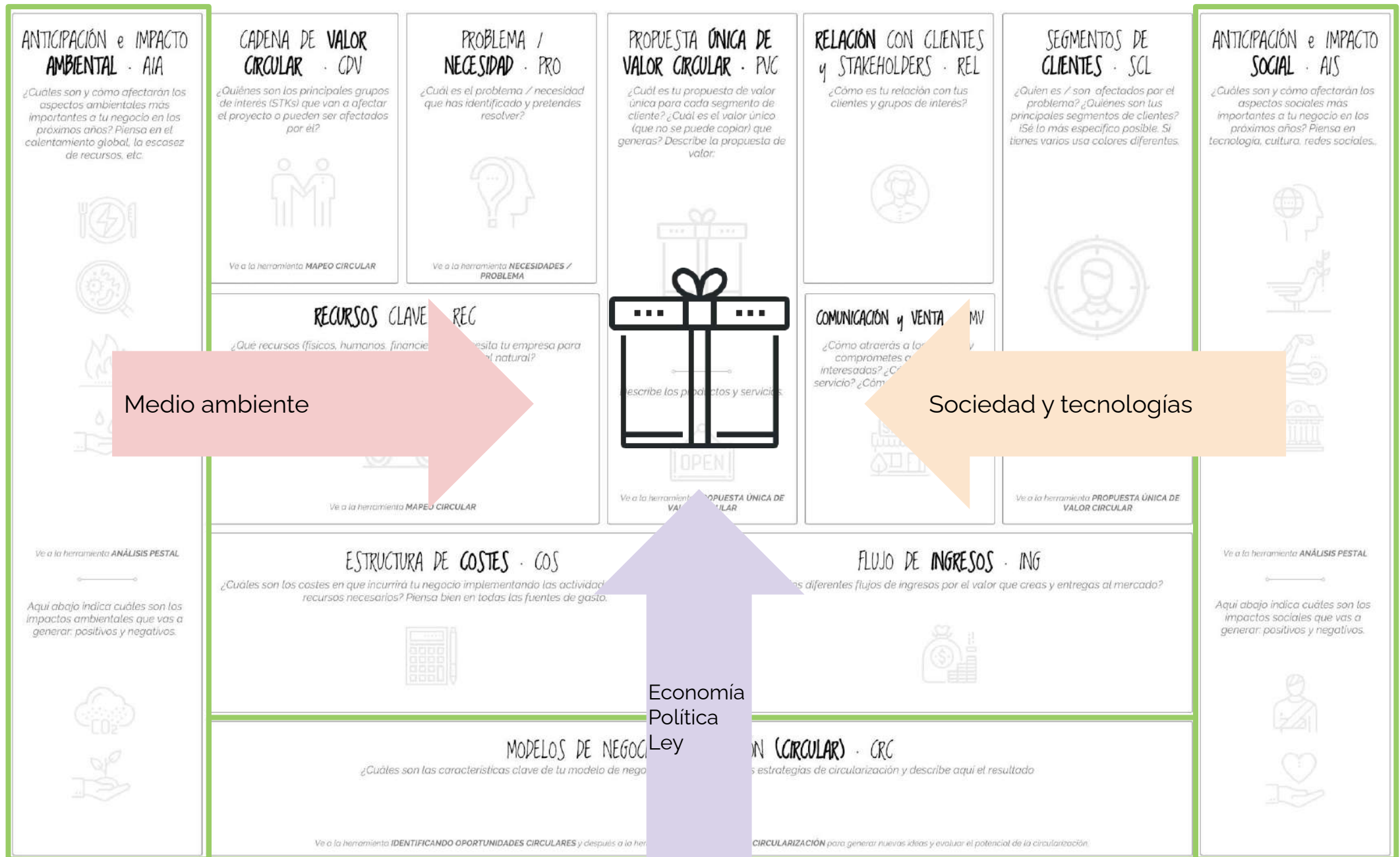


A



L

A · ECOCANVAS: DISEÑO DE NEGOCIOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR



C · ECOCANVAS: ANÁLISIS P.E.S.T.A.L. (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal)



Anticipando los cambios. En esta herramienta puedes ir mapeando e identificando aquellos aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales que pueden afectar el negocio y sobre todo evaluar el impacto de los mismos que pueden ser positivos o negativos. El objetivo es tratar de responder a futuras situaciones e ir aumentando la resiliencia del negocio. Una vez que los diferentes aspectos hayan sido descritos y evaluados, vuelve al **ECOCANVAS** y rellena los bloques **AIA** y **AIS** con el resumen de los aspectos principales encontrados.

ANTICIPACIÓN AMBIENTAL

¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos ambientales más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en el calentamiento global, la escasez de recursos, etc.

¿Cuales aspectos?

¿Cómo afectarán el negocio?

¿Necesitas ayuda? Ve a la herramienta **MAPEO CIRCULAR** para ir mapeando los recursos que usas actualmente y así poder identificar potenciales áreas de vulnerabilidad futura.

ANTICIPACIÓN POLÍTICA

¿Cuáles son y cómo afectarán los cambios políticos más importantes, a tu negocio en los próximos años? Piensa en cambios de gobiernos y políticas nacionales y europeas, nuevas formas de gestión de los recursos públicos, etc.

¿Cuales cambios políticos?

¿Cómo afectarán el negocio?

ANTICIPACIÓN ECONÓMICA

¿Cuáles son y cómo afectarán las dinámicas económicas (micro y macro) a tu negocio en los próximos años? Piensa en crisis sectoriales, nuevos actores monopolistas, variaciones fiscales, etc.

¿Cuales dinámicas económicas?

¿Cómo afectarán el negocio?

¿qué? → ¿cómo afecta?

ANTICIPACIÓN TECNOLÓGICA

¿Cuáles son y cómo afectarán a tu negocio en los próximos años las nuevas tecnologías? Piensa en blockchain, internet de las cosas, nanotecnología, IA, domótica, etc.

¿Cuales nuevas tecnologías?

¿Cómo afectarán el negocio?

ANTICIPACIÓN LEGAL

¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos legales (en el contexto local y en los mercados donde operas) más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en nuevas normativas, certificaciones necesarias, aduanas, etc.

¿Cuales aspectos legales?

¿Cómo afectarán el negocio?

ANTICIPACIÓN SOCIAL

¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos sociales más importantes a tu negocio en los próximos años? Piensa en tecnología, cultura, redes sociales...

¿Cuales aspectos?

¿Cómo afectarán el negocio?

¿Necesitas más ayuda? Puedes usar el Consumer Trend Canvas. Para más info: consulta: www.trendwatching.com



MAPEA “QUIENES?”

#NegociosInclusivos #género



COLABORAR y
COMPARTIR



IGUALDAD y
EMPODERAMIENTO



GESTIÓN DEL
TALENTO



SALARIOS y
CONDICIONES



COMUNIDADES
AFECTADAS



INTEGRACIÓN y
DISCAPACIDAD

An aerial photograph of a massive open-pit mine. The left side of the image shows steep, terraced slopes of greyish-brown earth and rock, with visible tire tracks winding up the incline. The right side features a flatter area with industrial infrastructure, including several buildings with brown roofs, a large pile of yellowish-brown material, and a complex of metal structures that appear to be part of a conveyor system or processing plant. A dirt road runs horizontally across the middle of the image, separating the terraced slopes from the industrial area. The overall scene depicts a large-scale resource extraction operation.

MAPEA LOS FLUJOS DE RECURSOS

D1 · ECOCANVAS: MAPEO CIRCULAR FLUJOS y ETAPAS



Todos los flujos y etapas. Comienza a mapear tu sistema Producto-Servicio desde la creación del producto por las etapas iniciales DISEÑA, COMPRA, PRODUCE y VENDE. Aquí es muy importante dibujar y comprender cuáles son los pasos más importantes, ya que más adelante se te pedirá que detectes oportunidades. Es conveniente que sea sencillo, pero no exageres tampoco, debes encontrar el equilibrio adecuado para definir el alcance y el tamaño del sistema. Sugerencia: concéntrate en la asignación económica o el peso de los elementos o materiales, por ejemplo. Si tu producto está hecho con el 95% de ciertos materiales, obviamente prestará **más atención a ese aspecto** del proceso **sin olvidar** el 5% restante de los materiales que también son pertinentes. Usa el sentido común y define los pasos que evaluarás a continuación, evite el traslado de cargas ambientales u omitir procesos importantes.

Dibuja tu sistema actual: Diseña, Compra, Produce y Vende

Aquí dibuja el proceso / pasos que necesitas realizar para crear tu producto, sistema o servicio. Enumera los pasos principales (por ejemplo: extracción de materias primas, fabricación, embalaje, etc.). Es conveniente que cada uno de ellos se agrupe al final del ejercicio en las fases principales: DISEÑA, COMPRA, PRODUCE Y VENDE.



Experiencia de usuario: Uso y Consumo

Resalta el punto de contacto con los clientes, sus comportamientos y la forma en que interactúan con el producto - servicio. Dibuja el viaje del cliente (customer Journey).



Fin de vida? Revaloriza

¿Qué pasa al final de la vida? ¿Cuál es el escenario más probable para disponer actualmente?



Dibuja tu sistema actual: Diseña, Compra, Produce y Vende

2

Your customized lifecycle!

Para cada paso de la lista del ciclo de vida (agregando toda la información que pueda tener: peso, volumen, etc.), el tipo y la cantidad de recursos utilizados. No olvides los aditivos, aceites, otras sustancias, etc., utilizados en los procesos.



Para cada paso de la lista del ciclo de vida (agregando toda la información que puedas tener: kW, horas de uso, etc.), el tipo y la cantidad de energía utilizada. No olvides las pérdidas de energía, como la disipación de calor, etc., en este caso, enumérelas en la última columna (salidas).

Para cada paso de la lista del ciclo de vida (agregando toda la información que pueda tener: m³, uso, etc.), el tipo y la cantidad de agua consumida. Si se desecha punta en la siguiente columna (salidas).

Para cada paso de la lista del ciclo de vida (agregando toda la información que pueda tener: m³, toneladas de CO₂, Kg, etc.), el tipo y la cantidad de subproductos, desechos y emisiones al aire, agua y suelo que generan tus procesos.

Lista de residuos, químicos, etc. Lista de  que vuelven a la naturaleza (biológicos)

1

2

Libro de registros

Answer: See answers below

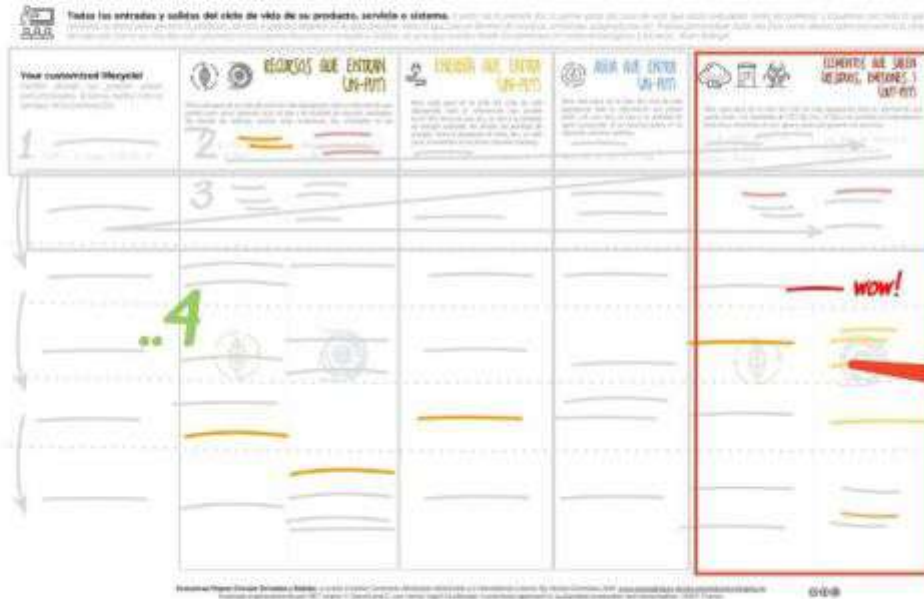
3

4

WOW!

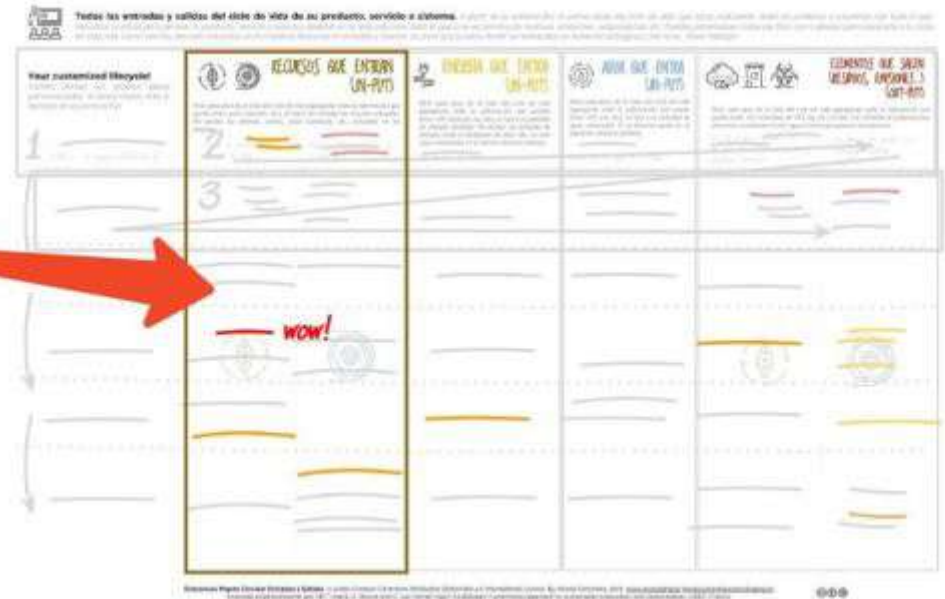
EMPRESA A

D2 · ECOCANVAS: MAPEO CIRCULAR ENTRADAS y SALIDAS



EMPRESA B

D2 · ECOCANVAS: MAPEO CIRCULAR ENTRADAS y SALIDAS



El problema de **uno (output)** es
solución de **otro (input)**

A person stands in a desert at night, looking up at a starry sky. A tent is visible on the left, and a small fire is on the right.

HACIA NUEVAS **O**PORTUNIDADES

E · ECOCANVAS: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES



De lineal a circular. En esta herramienta puedes ir observando y evaluando los flujos de recursos, ciclos de vida, capacidades y valor que se desperdician en tu modelo producto-servicio actual. Una vez que los hayas mapeado, intenta responder a las preguntas y generar nuevas ideas sobre cómo darle una segunda "vida" o un mejor aprovechamiento. Si tienes dificultad en alguna de ellas puedes volver a la herramienta **MAPEO CIRCULAR** y revisar el flujo de elementos en ingreso y en salida.



Has reflexionado sobre potenciales nuevos usos/aprovechamiento. Apunta aquí posibles ideas.

RECURSOS DESAPROVECHADOS

¿Cuáles son los recursos que utilizas para la producción, promoción, distribución y posventa de tus productos y servicios?



¿Entre ellos hay elementos que pueda ser de utilidad / valor para otros fabricantes / sectores? ¿Existe la posibilidad de que sustituya alguno de los recursos que usas con otros que al final de sus vida útil pueda ser valiosos para ti u otra empresa? ¿Cómo podrías monetizar este nuevo flujos de recursos hacia otras organizaciones?

CICLOS DE VIDA DESAPROVECHADOS

¿Cuántos ciclos de vida cumple tu producto/servicio? ¿Podrías cambiar su diseño para que el usuario pudiera utilizarlo/usarlo un mayor número de veces?



¿Este aumento de ciclos, cómo podría beneficiarte a ti en términos de nuevos flujos de ingresos? ¿Cómo se monetizaría estos nuevos ciclos / vida extendida?

CAPACIDAD / USO DESAPROVECHADO

¿Cuál es el ratio de utilización de tu producto/servicio? ¿Cuánto tiempo se queda sin actividad? ¿Cuál serían otras formas de utilización /uso/ prestación para que estuviera funcionando más tiempo?



¿Cómo monetizarías este aumento de capacidad/uso? ¿Cómo generarías nuevos flujos de ingresos a través de nuevos servicios, uso compartido etc?

VALOR AÑADIDO DESAPROVECHADO

¿Cómo es el fin de vida de tu producto/servicio? ¿Se recicla, incinera o termina en vertedero? ¿Qué materiales/valores podrías recuperar al final de la vida útil? Si necesitas ayuda puedes ir a la herramienta Evaluación Circular para realizar una análisis cualitativo de tu ciclo de vida.



¿Cómo recuperarías los materiales/energía en el fin de vida de tus productos/servicios? ¿Sería capaz de extraer valor de los componentes/productos? ¿Se podría generar algún valor económico tras su recuperación desde el cliente?

Para concretar estas ideas ve a la ficha con las **Estrategias de Circularización**

E · ECOCANVAS: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES



De lineal a circular. En esta herramienta puedes ir observando y evaluando los flujos de recursos, ciclos de vida, capacidades y valor que se desperdician en tu modelo producto-servicio actual. Una vez que los hayas mapeado, intenta responder a las preguntas y generar nuevas ideas sobre cómo darle una segunda "vida" o un mejor aprovechamiento. Si tienes dificultad en alguna de ellas puedes volver a la herramienta **MAPEO CIRCULAR** y revisar el flujo de elementos en ingreso y en salida.



Has reflexionado sobre potenciales nuevos usos/aprovechamiento. Apunta aquí posibles ideas.

RECURSOS DESAPROVECHADOS

¿Cuáles son los recursos que utilizas para la producción, promoción, distribución y posventa de tus productos y servicios?



¿Entre ellos hay elementos que pueda ser de utilidad / valor para otros fabricantes / sectores? ¿Existe la posibilidad de que sustituya alguno de los recursos que usas con otros que al final de sus vida útil pueda ser valiosos para ti u otra empresa? ¿Cómo podrías monetizar este nuevo flujos de recursos hacia otras organizaciones?

CICLOS DE VIDA DESAPROVECHADOS

¿Cuántos ciclos de vida cumple tu producto/servicio? ¿Podrías cambiar su diseño para que el usuario pudiera utilizarlo/usarlo un mayor número de veces?



¿Este aumento de ciclos, cómo podría beneficiarte a ti en términos de nuevos flujos de ingresos? ¿Cómo se monetizaría estos nuevos ciclos / vida extendida?

CAPACIDAD / USO DESAPROVECHADO

¿Cuál es el ratio de utilización de tu producto/servicio? ¿Cuánto tiempo se queda sin actividad? ¿Cuál serían otras formas de utilización /uso/ prestación para que estuviera funcionando más tiempo?



¿Cómo monetizarías este aumento de capacidad/uso? ¿Cómo generarías nuevos flujos de ingresos a través de nuevos servicios, uso compartido etc?

VALOR AÑADIDO DESAPROVECHADO

¿Cómo es el fin de vida de tu producto/servicio? ¿Se recicla, incinera o termina en vertedero? ¿Qué materiales/valores podrías recuperar al final de la vida útil? Si necesitas ayuda puedes ir a la herramienta Evaluación Circular para realizar una análisis cualitativo de tu ciclo de vida.



¿Cómo recuperarías los materiales/energía en el fin de vida de tus productos/servicios? ¿Sería capaz de extraer valor de los componentes/productos? ¿Se podría generar algún valor económico tras su recuperación desde el cliente?

Para concretar estas ideas ve a la ficha con las **Estrategias de Circularización**

Fo · ECOCANVAS: ESTRATEGIAS DE CIRCULARIZACIÓN: RESUMEN



Las estrategias de Circularización te ayuda a comenzar a aplicar los principios y estrategias de las áreas en las que puede influir más en tu organización. Aquí puedes tener una visión general de los enfoques, estrategias y recomendaciones existentes para hacer realidad la Economía Circular. Si tienes alguna duda sobre algunos de los elementos especificados, ve a las hojas **DISEÑA**, **COMPRA**, **PRODUCE**, **VENDE**, **USA**, **REVALORIZA**, **FINANCIA** y finalmente **IMPULSA** y **REGULA**, donde se explican los conceptos o consulta al facilitador de la sesión para obtener más ejemplos.



Accede con tu móvil a la **APP Fo Ecocanvas** y déjate inspirar con **más de 100 estrategias y ejemplos de aplicación**.



DISEÑA

De la cuna a la cuna: pensar en metabolismos
Biomimética: inspirado en la naturaleza
Química verde / productos químicos más seguros
Sustituir metales de tierras raras
Sustituir materias primas críticas
Pensamiento del ciclo de vida

Seleccionar procesos / tecnologías libres de residuos
Evitar los derivados químicos
Menos métodos químicos sintéticos peligrosos

Elegir procesos eficientes de energía y agua
Seleccionar materiales de menos huella hídrica y energética
Desmaterialización / Minimización
Servitización: del producto al rendimiento

Educar e informar
Apertura, modularidad y estandarización.
Promover el consumo eficiente de energía y agua
Habilitar la reutilización por los usuarios
Diseñar un producto atemporal: sin obsolescencia
Mejorar la durabilidad y resistencia
Fácil de mantener y reparar

Fácil de compostar
Fácil de supercliclar
Fácil de desmontar
Fácil de extraer valor en cascada
Priorizar los recursos reciclables como input
Limitar el número de tipos de materiales y materiales compuestos / mono-materialidad
Limitar el uso de adhesivos, tintes, pinturas y recubrimientos (tipos y colores)
Limitar o eliminar materiales peligrosos y la contaminación.

Recursos de base biológica
Recursos renovables
Recursos reutilizados / reutilizables
Fácil de compostar
De proveedores locales
Compras verde y certificadas
Priorizar insumo de recursos reciclables
Servitización: Pago por desempeño



COMPRA

Análisis en tiempo real para la prevención de la contaminación
Manufactura aditiva
Kanban (just-in-time), sin almacén
Prefabricación
Reacondicionado y refabricación
Políticas de eficiencia de recursos



PRODUCE

Minimización de envases
Servicios de marca compartida
Digitalización y virtualización
Arrendamiento y Servitización
Plataformas colaborativas
Trazabilidad e información.
Marketing verde, no green washing
Programas de devolución (take back)



VENDE

Fácil de mantener y reparar
Informar sobre cómo disponer
Fácil de usar / inclusivo
No obsolescencia programada
Sensorización / recopilación de datos
Uso Responsable / Consumo
Educar e informar



USA

Seguro para ser biodegradado
Valor en cascada o reciclaje
Marketplace de material secundario
Extracción selectiva
Compostaje
Logística inversa
Compatibilizadores
Recuperación de energía desde biomasa



REVALORIZA



FINANCIA

Evaluar el riesgo de solvencia
Evaluar el riesgo de ESG
Crowdfunding
Criptomonedas y monedas comunitarias
Financiamiento basado en relaciones
Horizonte de tiempo de inversión extendido
Factoring (o Factoraje)
Bonos verdes
Prestamos de impacto
Incentivar los retornos al final de la vida
Integrar valor circular en modelos
Valoración del capital natural: ecoservicios
Priorizar el flujo de caja: garantizar el pago
Financiamiento de órdenes de compra
Gestión de activos varados
Financiación de la cadena de suministro



IMPULSA

Simbiosis industrial
Marketplace de material secundario
Agrupación (Cluster) y redes empresariales
Incubadoras y programas aceleradores
Compartiendo información
Cooperación intersectorial
Coopetición: cooperación competitiva
Fomentar la generosidad
Generar confianza
Nuevos esquemas de colaboración



REGULA

Alineación de SDG e integración de políticas
Incentivos de durabilidad y reparabilidad
Fiscalidad: basada en el desempeño ambiental.
Desafiar los cuellos de botella legales
Regulaciones más estrictas hacia productos químicos más seguros.
Fomento del ecoetiquetado e integración de la certificación existente.
Educar e informar
Premiar trazabilidad y transparencia.
Explorar nuevas economías
Prohibir y castigar: la última oportunidad



DISEÑA

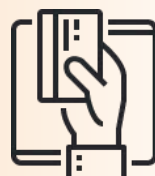


B/S/H/

Sustituyendo Cu por Al

DISEÑO A PRUEBA DE FUTURO · SUSTITUCIÓN ·
RESILIENCIA · INNOVACIÓN

bsh-group.com/



COMPRA

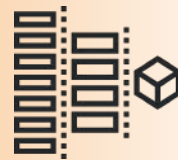


Trazabilidad y transparencia basada en blockchain

PROVENANCE

TRAZABILIDAD + TRANSPARENCIA + TECNOLOGÍAS
INNOVADORAS + COMUNICACIÓN

provenance.org/



PRODUCE



Tratamientos superficiales sin “sandblasting”

INNOVACIÓN + EFICIENCIA HÍDRICA, ENERGÉTICA Y
QUÍMICA

Jeanologia
THE SCIENCE OF FINISHING

jeanologia.com/es/



VENDE



Hemper

Accesorios en cáñamo, confeccionados a mano

RECURSOS MUY RENOVABLE + MENOR IMPACTO
HÍDRICO + PRODUCCIÓN ÉTICA

hemper.es/



USA /
CONSUME

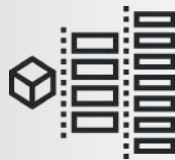


Crowd-equity en especie: apadrinar

APOYO A PEQUEÑOS PRODUCTORES +
DESINTERMEDIACIÓN + APADRINAR



crowdfarming.com/



REVALORIZA



Humedales artificiales para el tratamiento de aguas

DISEÑO A PRUEBA DE FUTURO + EFICIENCIA EN
QUÍMICOS Y ENERGÍA + MEJORA PAISAJISMO

ecolagunas.com/



PROPUESTA DE VALOR CIRCULAR

A top-down photograph showing a collection of human hands of various skin tones. Many of the hands have been painted with a thick, vibrant red paint, particularly on the palms and fingers. The hands are arranged in a loose, overlapping circle against a dark, indistinct background. The red paint is applied in various ways: some hands are fully coated, while others have partial coverage or just the fingers painted. The lighting is soft, highlighting the texture of the paint and the skin. Overlaid in the center of the image is the text "REPIENSA EL VALOR" in a clean, white, sans-serif font.

REPIENSA EL VALOR

F1 · ECOCANVAS: DEFINIENDO LA PROPUESTA CIRCULAR



Suelta tu creatividad. En las herramientas anteriores, has estado aprendiendo y pensando en estrategias para transformar tu producto, servicio o modelo de negocio, y ahora escribe / dibújalo para generar una propuesta. No te preocupes demasiado por su viabilidad, trabajarás en ello más adelante. Por ahora solo sé creativo y piensa fuera de la caja. Usa una plantilla en blanco para cada idea que desees desarrollar.

1. Dibuja tu solución circular

En este espacio "seguro", dibuja o traza las características principales de la solución que pretendes proponer. Usa esquemas simples, flechas y mapas mentales si es necesario.



2. Ahora, descríbelo!

En pocas palabras la esencia de tu idea



3. Hipótesis

Finalmente, escribe cuáles son las principales hipótesis que estás asumiendo para construir esta solución.



A long-exposure photograph of a dark hallway with walls covered in graffiti. In the center of the hallway, a bright, glowing neon light forms the shape of the letter 'P'. The light has a warm, orange-red hue. The text is overlaid on the image, centered horizontally and vertically.

Ese “Porque creo que..” es una
HIPÓTESIS

F2 · ECOCANVAS: EVALUACIÓN DE PROPUESTA CIRCULAR



1. Define a la derecha la estrategia que pretendes aplicar:

Por ejemplo: "Quiero sustituir el 100% los plásticos empleados actualmente por bioplásticos" "Quiero servir a mi producto" etc. **Es una hoja impresa por estrategia.**



Escribe aquí

2. Escribe los parámetros de viabilidad que son importantes.

Empezando por la izquierda escribe los parámetros (de 1 a 4 o más) que son relevantes para tu empresa a la hora de aplicar la estrategia propuesta. Desde la derecha igual, escribe los que son importantes para tu cliente / usuario. Una vez que tengas todos (por ejemplo 3 tuyos y 3 del cliente correspondientes), empieza a estimar si cada criterio es viable o no desde las dos perspectivas. Si hay muchos **SÍ** (puntuación alta) significa que quizás la estrategia merece ser explorada pero igual podría no ser nueva y banal. Si hay puntuaciones bajas, con muchos **NO** o **QUIZÁS**, no te desanimes, puesto que suele haber oportunidades escondidas justamente allí. Centrate en aquellas barreras que generan los **NO** o que bajan puntos en general, es allí donde reside la oportunidad de circularización. **Si tienes dudas sobre las estrategias vuelve a F1 o F2.**

TU PARÁMETRO COMO EMPRESA	NO (0) / PEOR BARRERAS	QUIZÁS (5) / IGUAL OPORTUNIDAD	SÍ (10) / MEJOR SOLUCIÓN	SÍ (10) / MEJOR SOLUCIÓN	QUIZÁS (5) / IGUAL OPORTUNIDAD	NO (0) / PEOR BARRERAS	EL PARÁMETRO DEL CLIENTE / USUARIO
EJ. VIABILIDAD TÉCNICA							EJ. PRESTACIÓN FUNCIONAL Y/O EMOCIONAL
2	3	X	X	11			10
EJ. VIABILIDAD ECONÓMICA Y/O FINANCIERA							EJ. AHORRO ECONÓMICO / AUMENTO DEL VALOR AÑADIDO TECNOLÓGICO
4	5	X	X	13			12
EJ. POSICIONAMIENTO DE MARCA / REPUTACIÓN							EJ. RÁPIDA ADOCIÓN DEL NUEVO SISTEMA / SERVICIO - FUNCION / NORMALIZACIÓN / MEJORA DE LA OPINIÓN SOBRE LA MARCA / ACEPTACIÓN SOCIAL
6	X	...			X		15
EJ. INNOVACIÓN EN EL MERCADO / NUEVO NICHOS DE MERCADO / NO CANIBALIZACIÓN							EJ. MEJORA REAL DE LA EXPERIENCIA / NOVEDAD DE MERCADO VALIOSA
...		X				X	16
							17

validadas / viables

aún no validada

aún no validada



¿Alguna dificultad con los parámetros?

Puedes elegir los parámetros que más sean importantes para ti o para tu cliente / usuario. En gris clarito te proponemos algunos pero puedes sobrescribirlos con tus propios criterios de viabilidad. Puedes definir 3 o 4 o los que necesites. Para aplicar más estrategias o utilizar más parámetros, imprime otras copias y repite los pasos.



ECO CANVAS V.2

ROLL A 01

T 9

FPS

23.98

16.24.34.28

CAM

PROD

Roadside

DIR

Jakob & Ryan

CAM

Thomas Taugher

A close-up photograph of a hand holding a black pen, pointing at a detailed road map of Sweden. The map shows various cities, roads, and geographical features. A specific area in the north is circled in black. The text 'PLAN DE ACCIÓN' is overlaid in the center of the image.

PLAN DE ACCIÓN



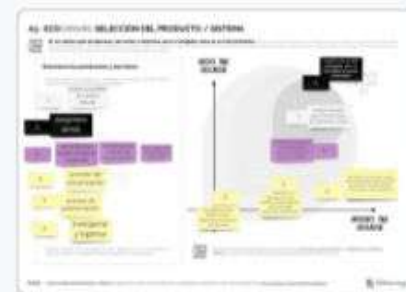
1



2



3



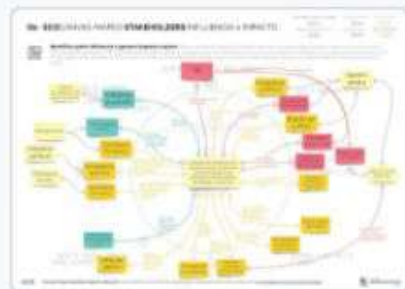
4



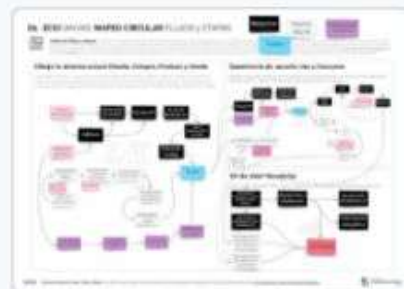
5



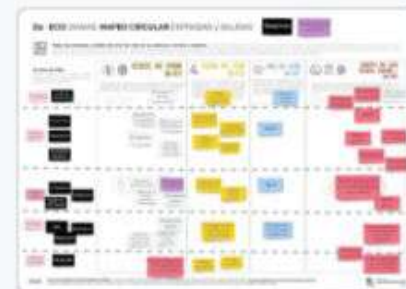
6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19

CUESTIÓN DE VISIÓN, PACIENCIA Y OXÍGENO

CAMBIO DEL PARADIGMA
ECONÓMICO

Responsabilidad Social Corporativa

Negocios Sostenibles

Negocios regenerativos





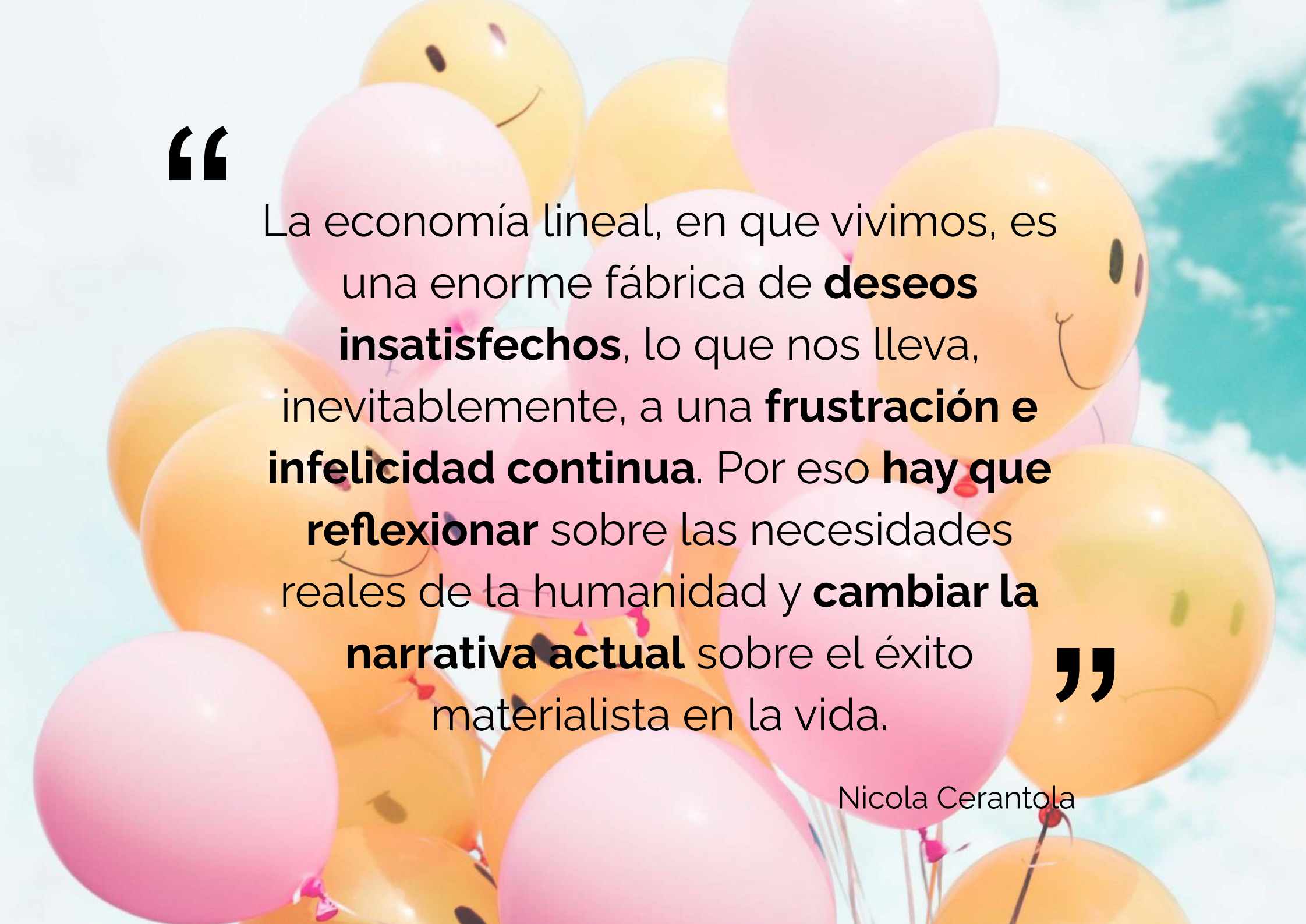
PROPÓSITO



HACER NEGOCIO Y POLÍTICA



ALIMENTOS, AGUA, ENERGÍA
ETC..



“

La economía lineal, en que vivimos, es una enorme fábrica de **deseos insatisfechos**, lo que nos lleva, inevitablemente, a una **frustración e infelicidad continua**. Por eso **hay que reflexionar** sobre las necesidades reales de la humanidad y **cambiar la narrativa actual** sobre el éxito materialista en la vida.

”

Nicola Cerantola



CAMBIO RELACIONAL

**RELACIÓN CON EL
ENTORNO: DE
EXTRACCIÓN A
COLABORACIÓN Y
APRENDIZAJE**

A group of children are participating in a tug-of-war competition on a grassy field. In the foreground, a boy with glasses and a grey jacket is pulling the rope with a determined expression. Behind him, another boy with red hair is smiling. A line of other children follows, also pulling the rope. The background shows a grassy field and some trees.

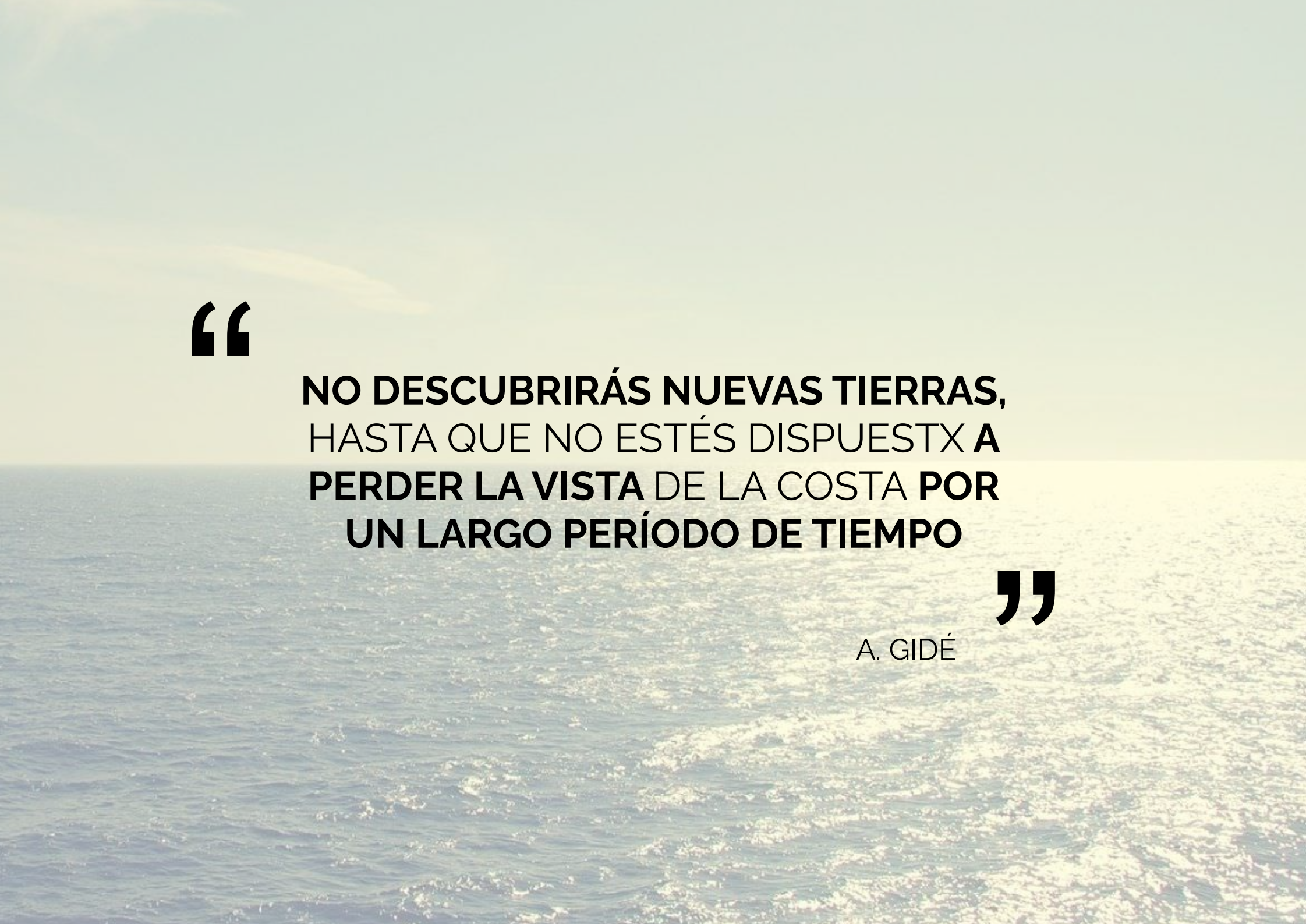
RELACIÓN CON LOS DEMÁS: DEL INDIVIDUALISMO A LA FUERZA DE LA COMUNIDAD



**RELACIÓN CON NOSOTROS
MISMOS: DE LA NECESIDAD
MATERIAL AL DESARROLLO
PERSONAL**

A large, multi-masted sailing ship, possibly a galleon, is shown from a low angle on the ocean. The ship has white sails and a dark hull. The sea is a deep blue with white-capped waves. The sky is blue with scattered white clouds. Overlaid on the left side of the image is the text "...entonces qué?" and below it, "..zarpamos?".

...entonces qué?
..zarpamos?



“

**NO DESCUBRIRÁS NUEVAS TIERRAS,
HASTA QUE NO ESTÉS DISPUESTO A
PERDER LA VISTA DE LA COSTA POR
UN LARGO PERÍODO DE TIEMPO**

”

A. GIDÉ

ecologing

@ECOLOGING · WWW.ECOLOGING.ES ·
NICOLA.CERANTOLA@ECOLOGING.ES

