



CICLO FORO EMPRENDIMIENTO CON TALENTO

OPORTUNIDADES PROFESIONALES Y DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA CIRCULAR

27/10

16:30

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

CEEI
VALENCIA

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana



NICOLA
CERANTOLA

ecologing

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

www.ecologing.es



@ecologing



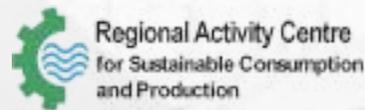
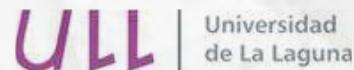
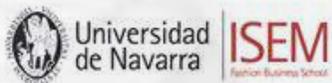
DIVULGACIÓN y
FORMACIÓN



MENTORIZACIÓN y
METODOLOGÍA



ASESORÍA y
EXPLORACIÓN





ECONOMÍA CIRCULAR



Expectativas y
perspectivas



7 puntos clave

1. **OBSERVA** la realidad con nuevos ojos (comprender el problema / necesidad)
2. **MAPEA** los flujos de energía, recursos, personas.. necesarios vinculados con el problema / necesidad
3. **ANALIZA** el problema en el detalle, descomponerlo en subproblemas, hazlo tuyo.
4. **DESCUBRE** nuevas formas de diseñar, producir y consumir
5. **ENTIENDE** tu propuesta de valor actual
6. **ENCUENTRA** tu camino hacia la sostenibilidad
7. **AUMENTA** tu alcance generando impacto real en tu entorno profesional

El camino..



OBSERVA



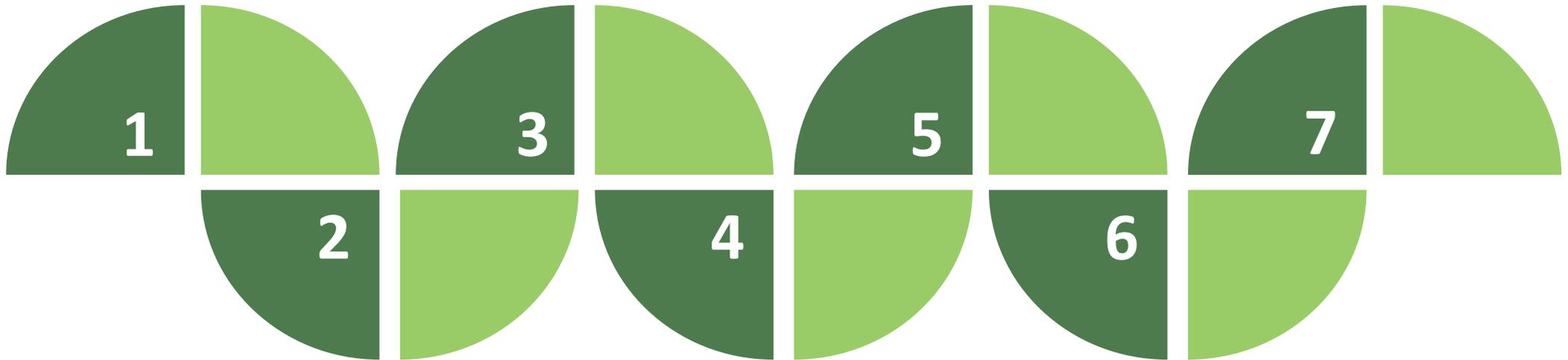
ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE



ENCUENTRA



El camino..



OBSERVA



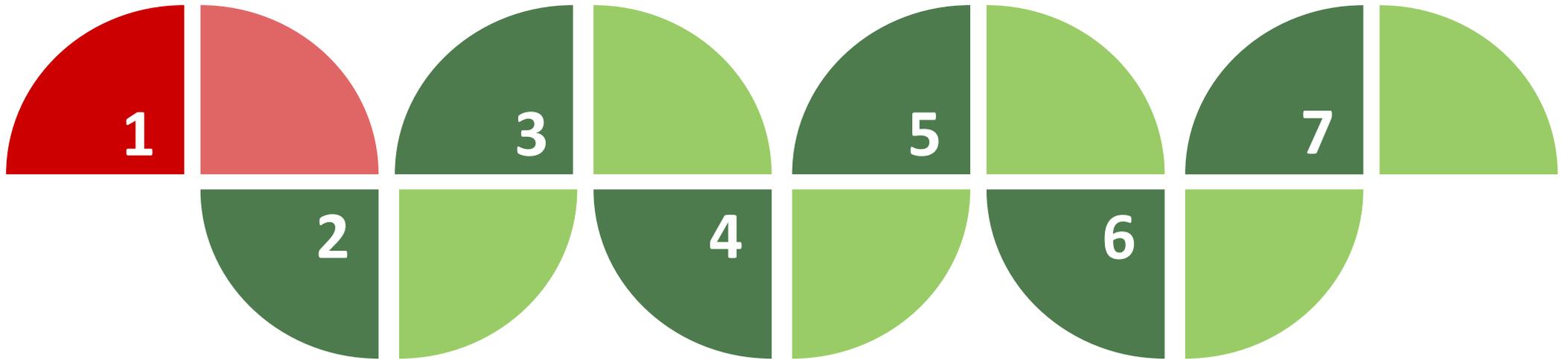
ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE



ENCUENTRA







TECNOLOGÍAS



CAMBIOS SOCIALES



CAMBIOS
AMBIENTALES Y
ECONÓMICOS



CODY
SFXRF19061981
San Francisco

CODY
SFXRF19061981
San Francisco









Hardware



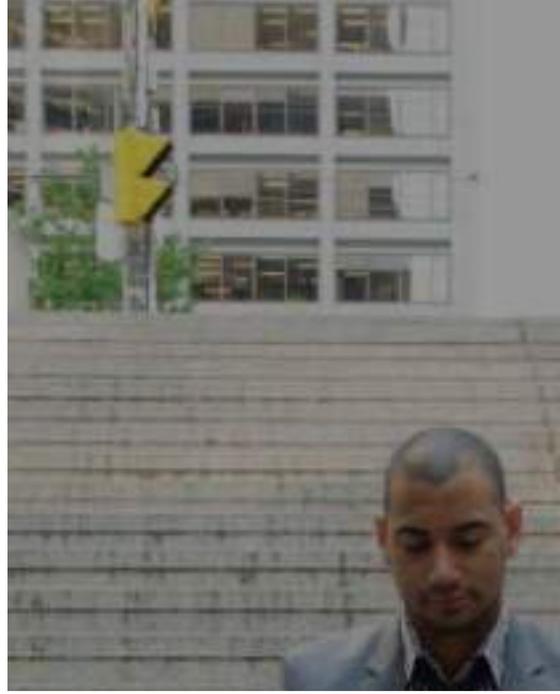
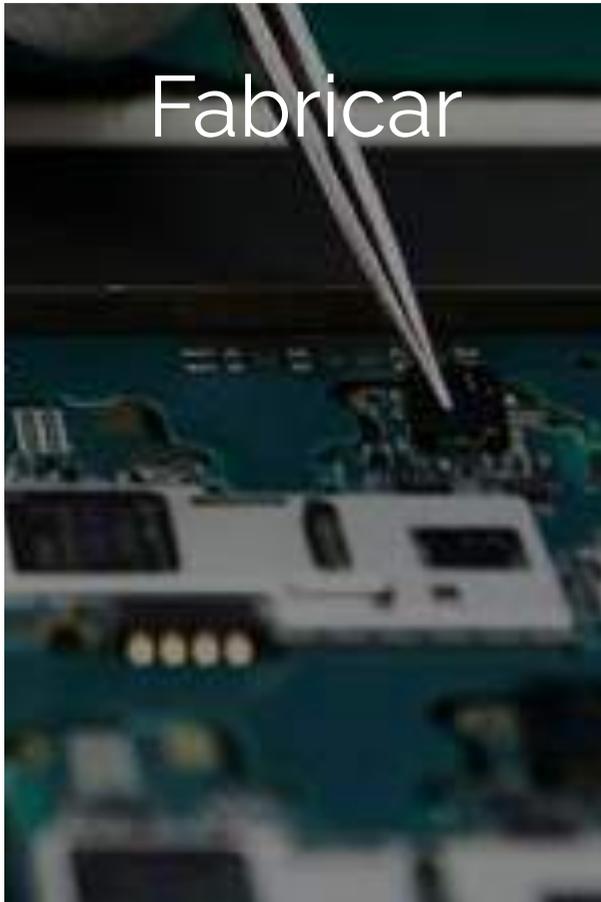
Software



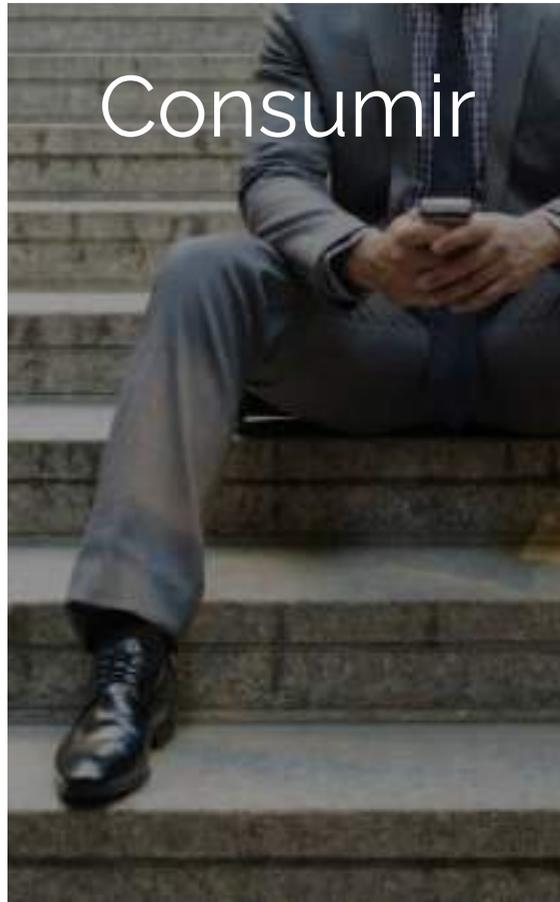
Extraer



Fabricar



Consumir



Desechar





A close-up photograph of a hand holding a pair of dark brown-rimmed glasses. The left lens is in sharp focus, reflecting a lush green forest scene with many trees. The text 'DETECTAR PATRONES' is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the lens. The background is a soft, out-of-focus green.

DETECTAR PATRONES

ECONOMÍA LINEAL



El camino..



OBSERVA



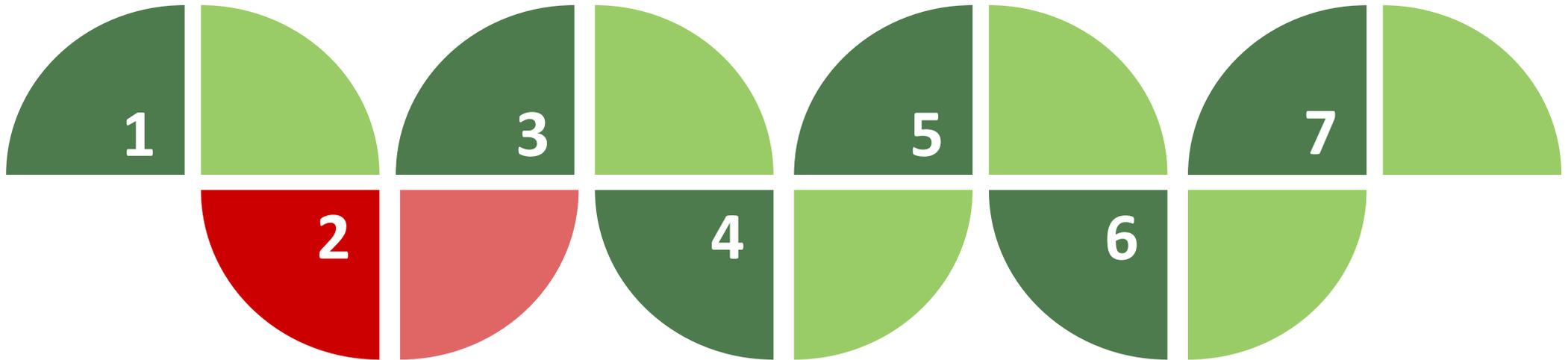
ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE

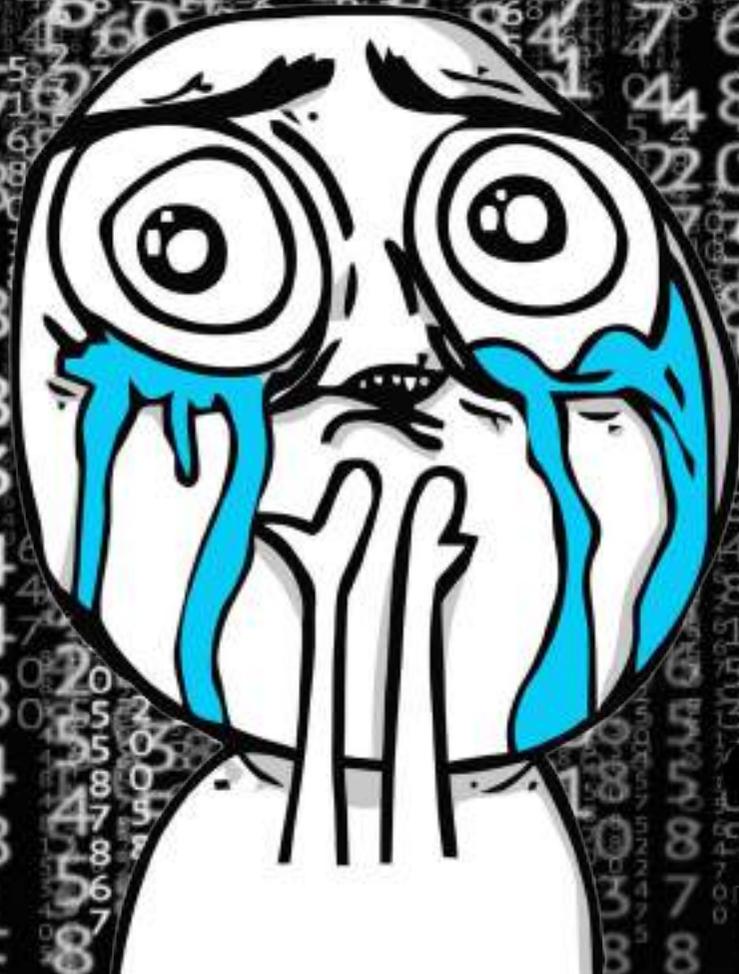
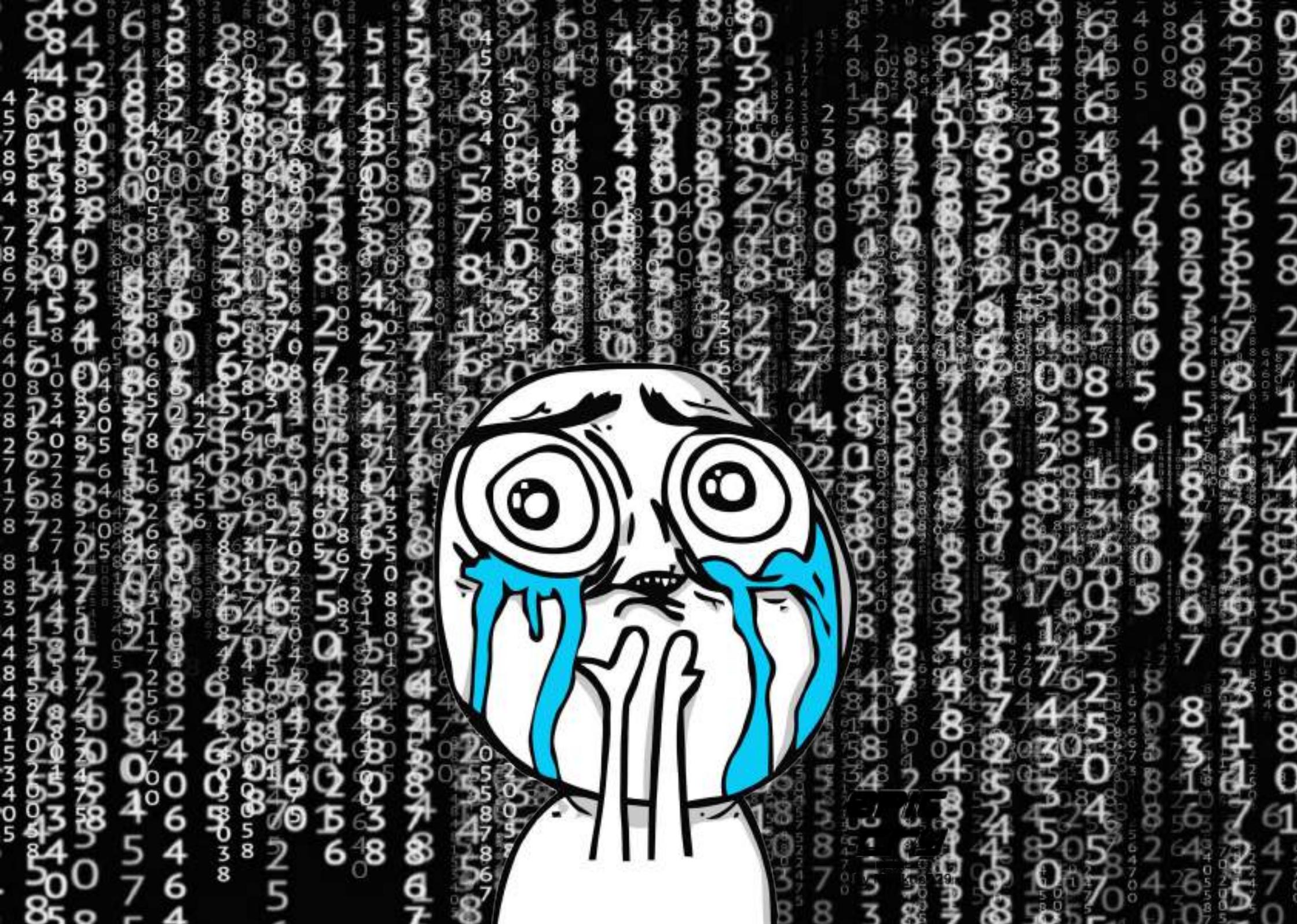


ENCUENTRA



ECONOMÍA LINEAL





A hand is shown in the center of the frame, making a peace sign (V-sign) with the index and middle fingers extended. The hand is positioned against a background that is split diagonally from the top-left to the bottom-right. The upper-left portion of the background is a bright yellow, and the lower-right portion is a vibrant blue. The hand is lit from the left, casting a soft shadow onto the yellow background. The text "PENSAMIENTO VISUAL" is overlaid in white, bold, sans-serif capital letters across the middle of the hand.

PENSAMIENTO VISUAL

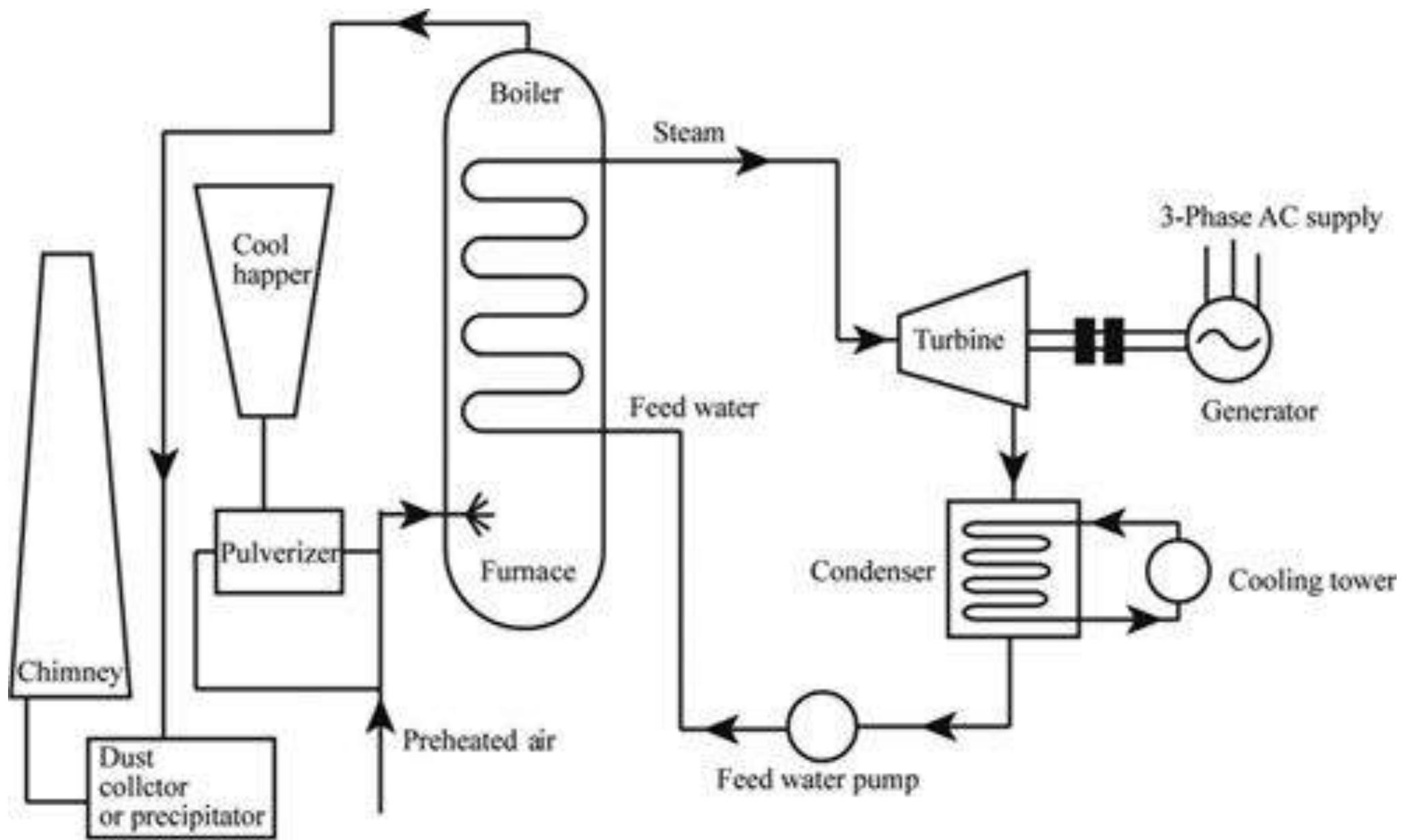
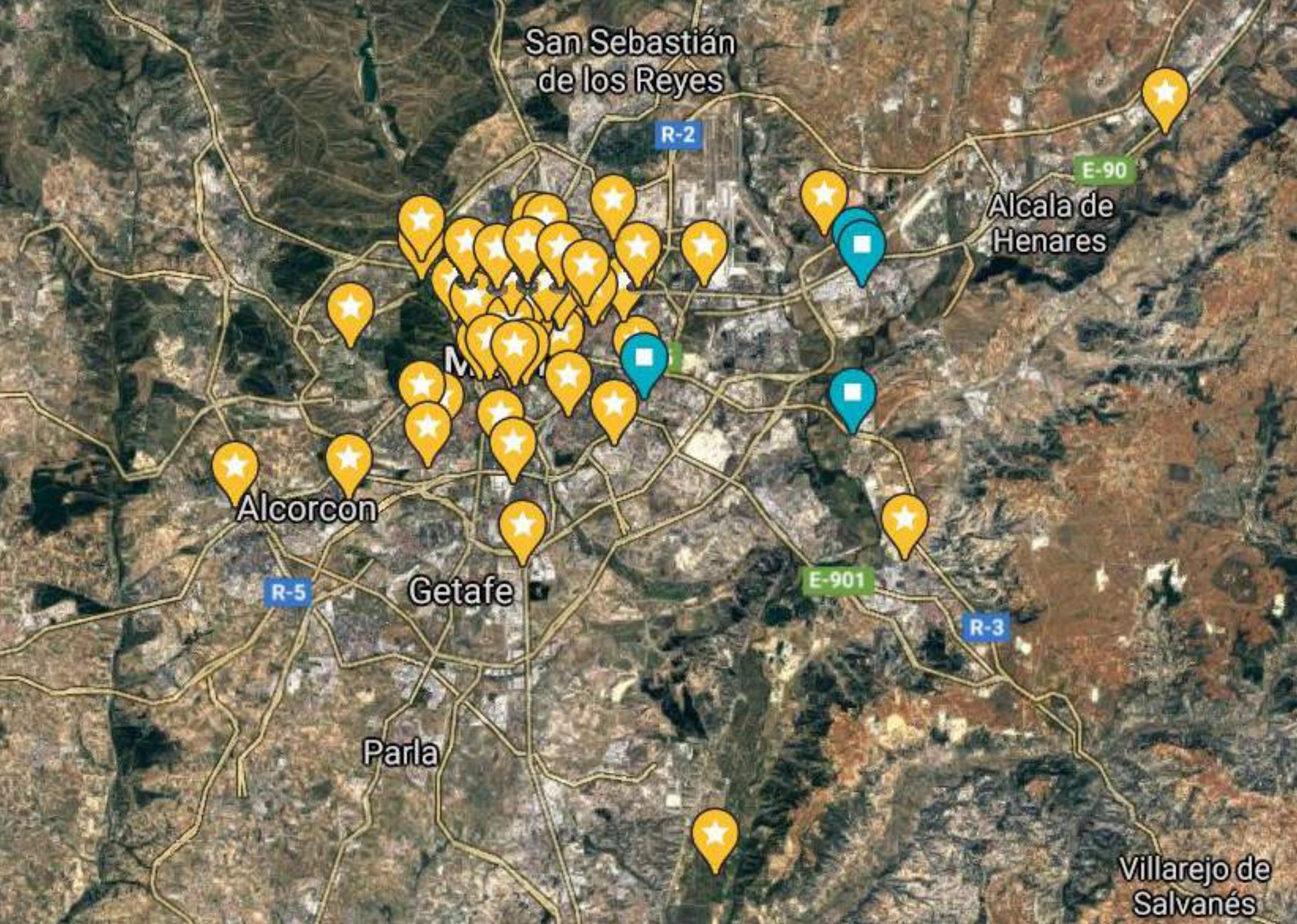


Figure 1





San Sebastián de los Reyes

R-2

E-90

Alcala de Henares

Madrid

Alcorcon

R-5

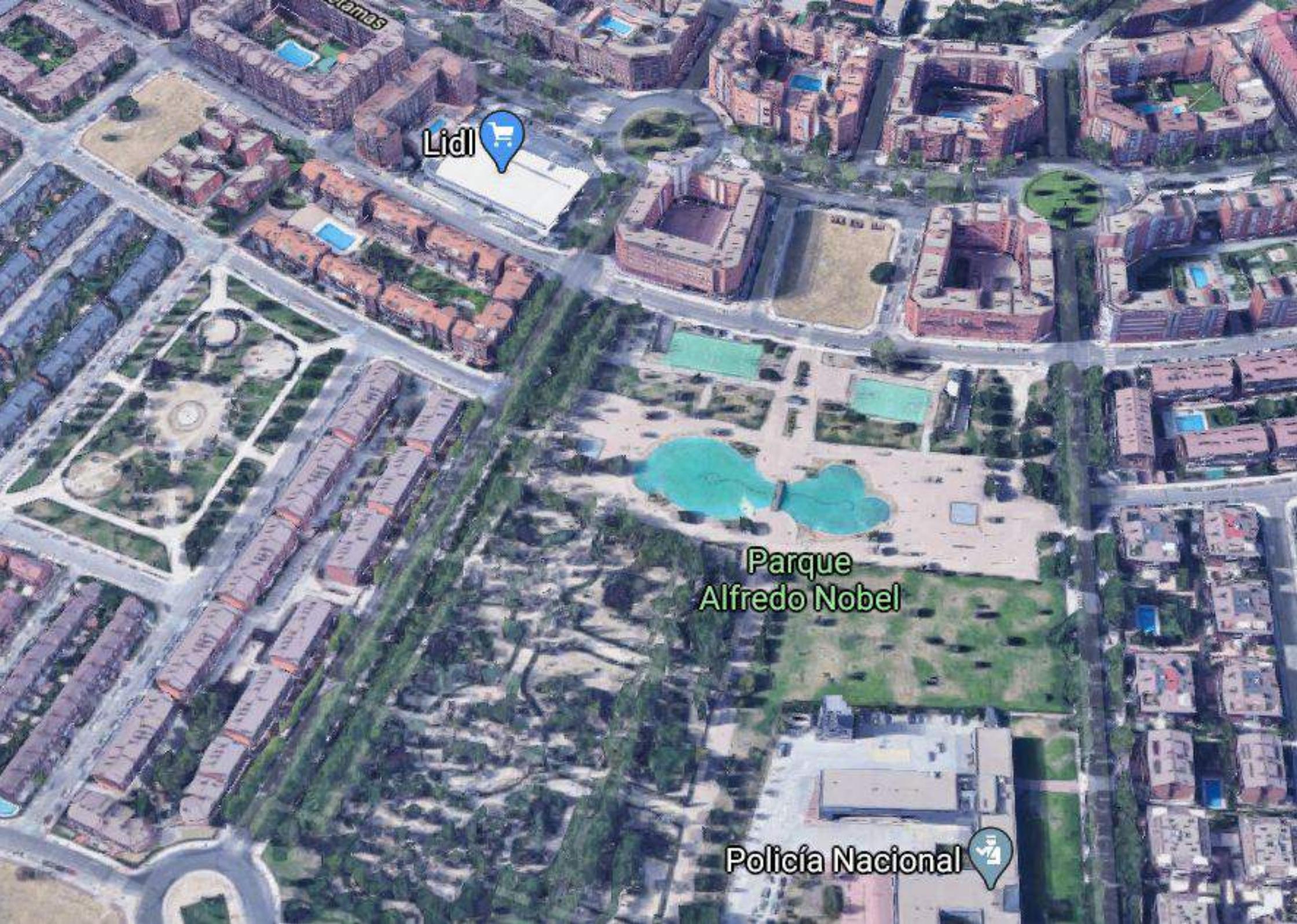
Getafe

E-901

R-3

Parla

Villarejo de Salvanes



Lidl 

Parque
Alfredo Nobel

Policía Nacional 



Calle los Arroyos

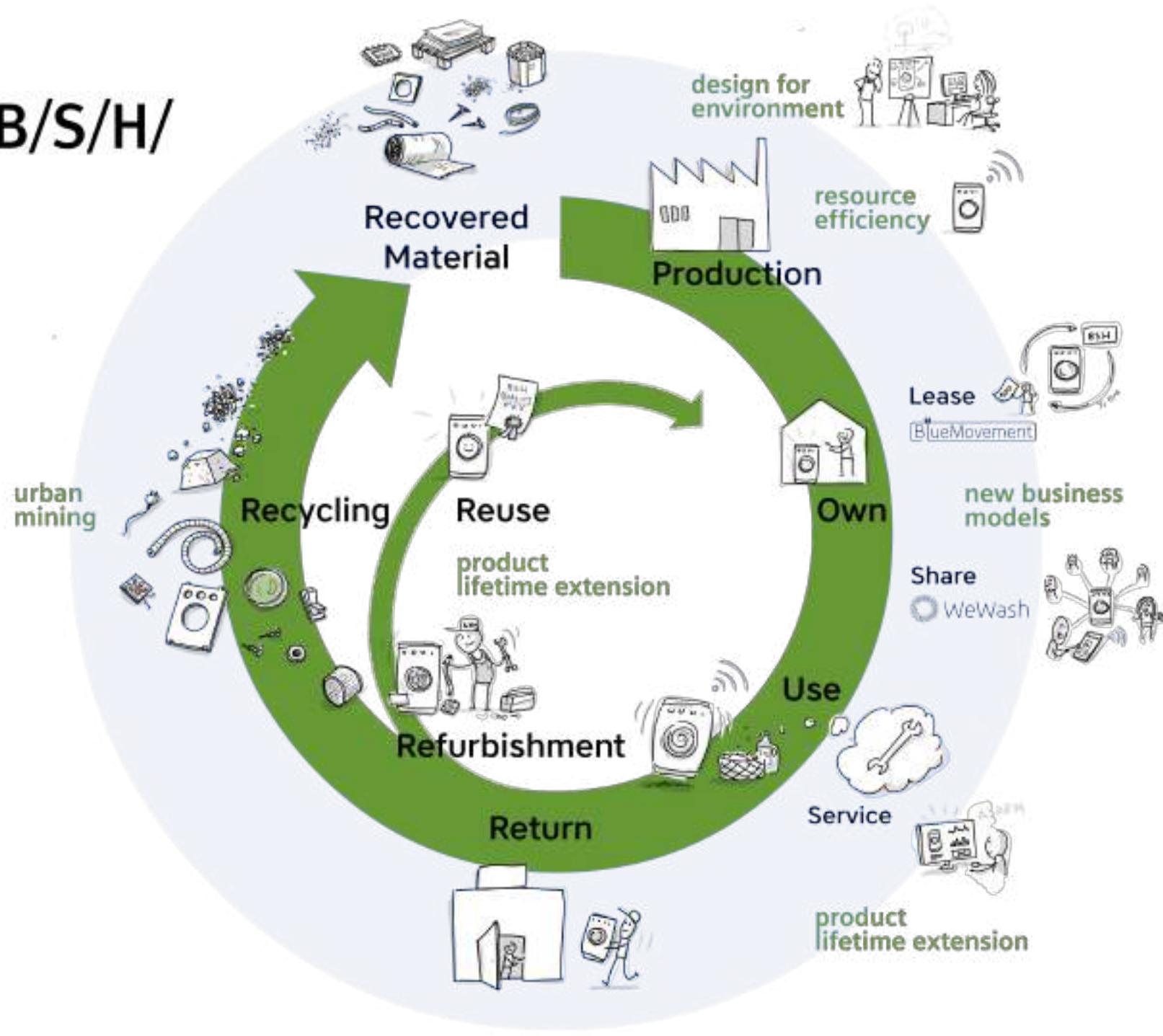


Mapeo circular
empresarial



Mapeo circular
profesional (RRHH)

B/S/H/



El camino..



OBSERVA



ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE



ENCUENTRA



delivered
delivered
560 x 1 hour of use
88
Estimate

Aluminum, primary
Ecotoxicity
Manufacturing

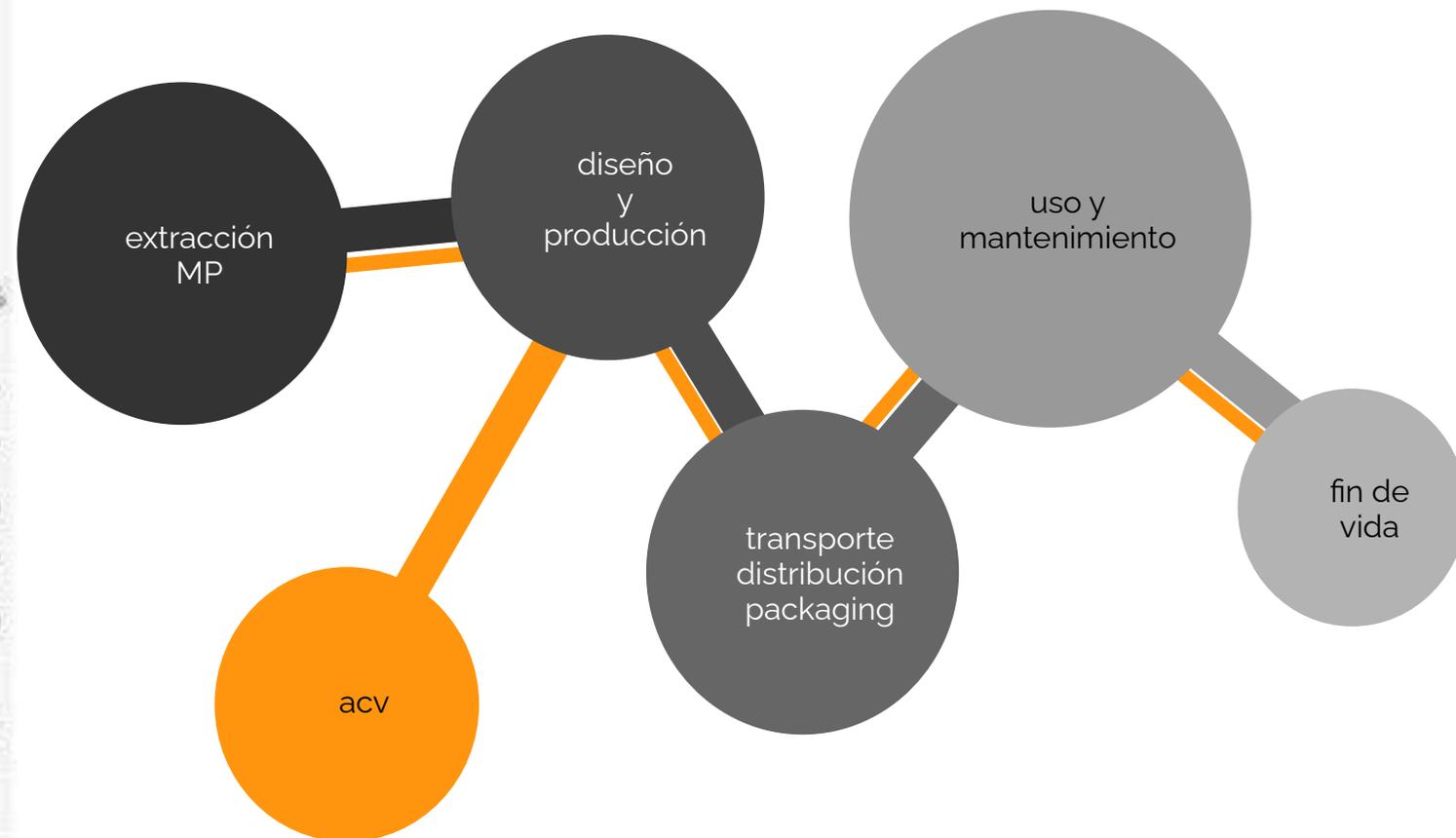


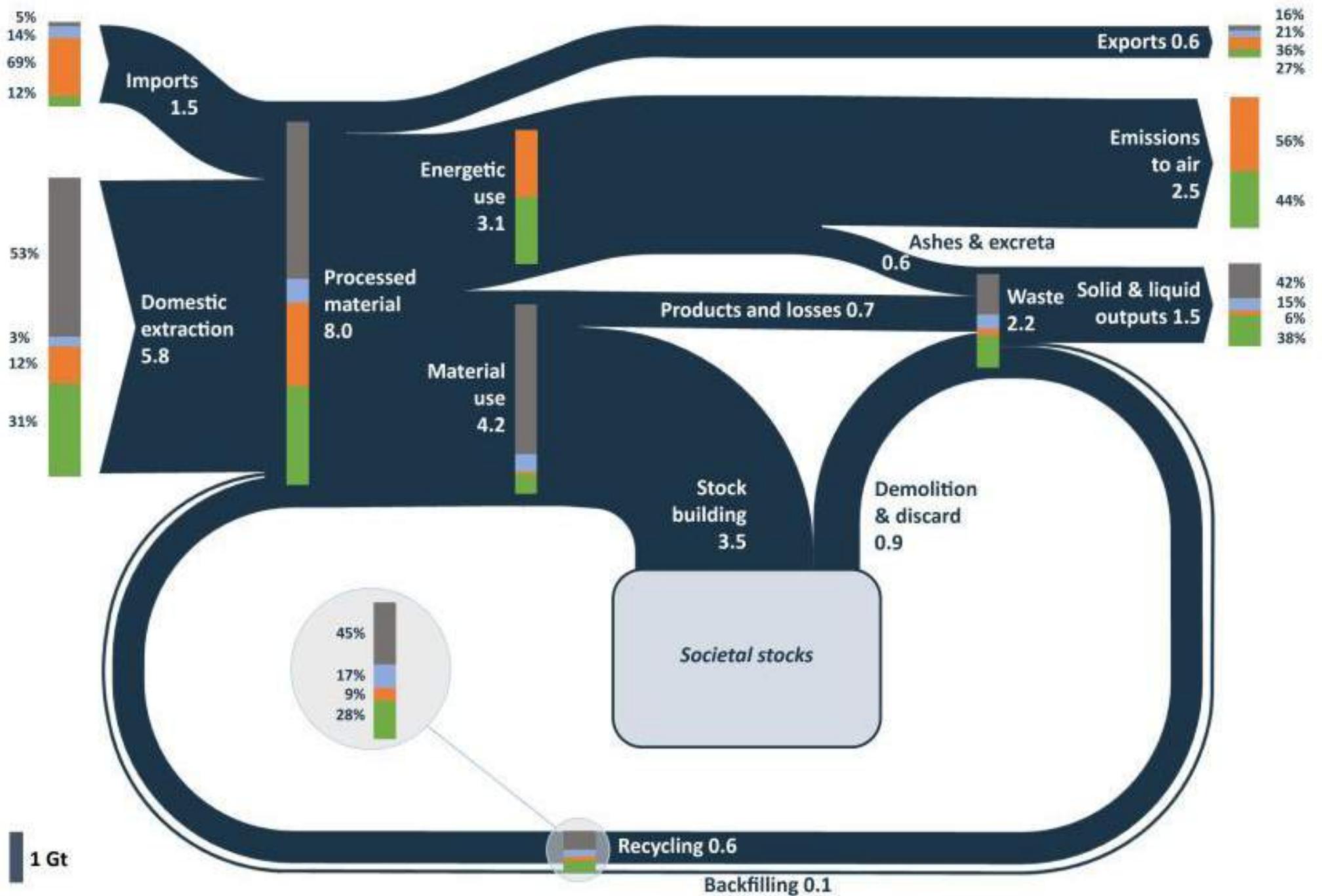
Impact category	%
Ecological damage	
Acidification	6.07
Ecotoxicity	66.7
Global Warming	0.140
Ozone Depletion	0.00117
Water Eutrophication	0.0259
Resource depletion	
Fossil Fuel	0.0191
Human health damage	
Human Respiratory	0.390
Human Carcinogens	21.3
Human Toxicity	5.09

Análisis del ciclo de vida (ACV)

evalúa, investiga, mide las prestaciones ambientales de tu producto, servicio y empresa

cuantitativa y/o cualitativamente





Material flows true to scale in Gt/year (billion tons/year) in 2014

- Non-metallic minerals
- Metal ores
- Fossil energy materials/carriers
- Biomass

Note: Numbers may not sum up to total due to rounding.

El camino..



OBSERVA



ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE



ENCUENTRA



The background features a collage of technical drawings and mechanical parts. On the left, there are detailed views of a bearing and a circular component. The right side shows architectural blueprints with labels like 'BOILER ROOM' and various dimensions. The overall aesthetic is clean and professional, with a light blue and white color palette.

Incluir principios
regenerativos en la
fase de diseño de
productos, servicios y
negocios.



BIOINSPIRACIÓN

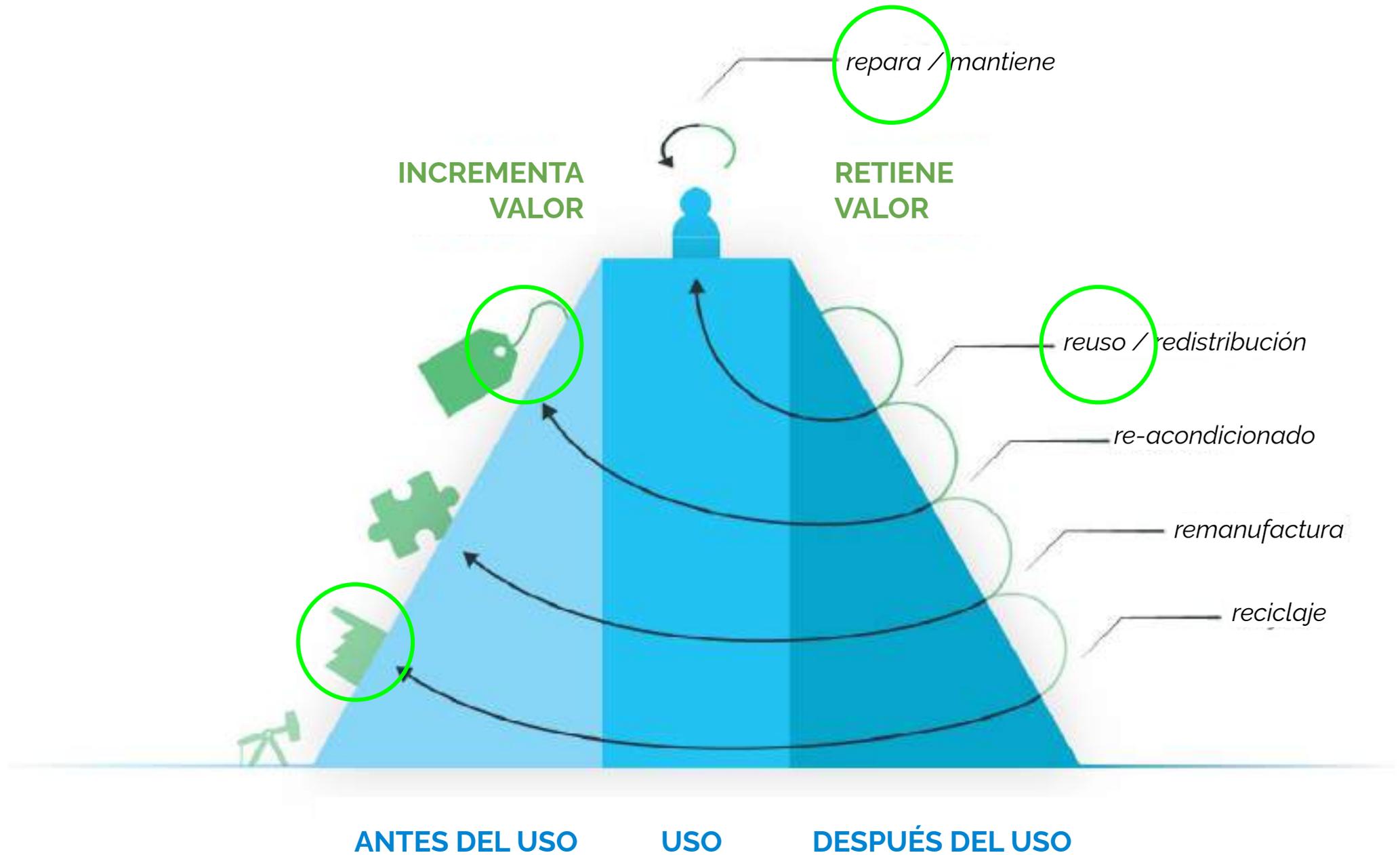


BIOMIMÉTICA

RESIDUO = NUTRIENTE*



ECONOMÍA CIRCULAR



Las estrategias de transformación



01 - RENOVABILIDAD DE MATERIALES, AGUA y ENERGÍA

Elegir que **todos** los recursos que componen el producto sean **renovables** (en una escala temporal humana). Elegir elementos que proceden de **fuentes renovables, abundantes y de fácil acceso** y que se puedan volver a **valorizar en siguientes ciclos** de vida como materiales nuevamente o como recursos para **compostaje o biometanización** (obtención de biogas). Si hay más tipos de materiales (por ejemplo plásticos) escoger **sistemas de fijación reversibles** que permitan la **fácil separación** al fin de vida.



02 - SUPERCICLABILIDAD DE MATERIALES TÉCNICOS

Elegir recursos **superciclables** (Recyclable, en inglés). A diferencia de los reciclables, los superciclables **no se degradan significativamente (pierden calidad)** al volver a ser procesados / tratados. Se trata del conjunto de los metales, plásticos y ciertos materiales para construcción que pueden ser reprocesados una y otra vez **sin perder sus cualidades químico-físicas**. Eso sí, **siempre evitar la presencia de aditivos tóxicos y peligrosos** para la salud del usuario, procesador y/o el ecosistema natural.



03 - REPARABILIDAD DE COMPONENTES

Hacer que todos los componentes, o al menos los que están sujetos a rotura, sean **diseñados para ser reparados y accesibles fácilmente**. Proporcionar al usuario **los medios, el conocimiento y los recursos necesarios** para que pueda **realizar la reparación o recibir ayuda**. En el caso de que la reparación sea compleja, repensar si se puede intervenir en el diseño para facilitarla y/o habilitar un soporte más rápido y asequible económicamente. En productos con múltiples funciones, **evitar que el malfuncionamiento de un componente bloquee a las demás prestaciones**.



04 - MANTENIMIENTO DE FUNCIONES y COMPONENTES

Facilitar los **medios, conocimiento y recursos necesarios** para el **uso eficiente y el correcto mantenimiento** del producto o el acceso al servicio, **evitando el uso de sustancias tóxicas y/o peligrosas**. Diseñar los componentes para **minimizar la necesidad de cuidados** hacia el **mantenimiento predictivo**. En caso de que el producto / servicio utilice insumos como agua, energía y respuestas desgastables, proporcionar las condiciones para que su uso sea **lo más eficiente / consciente** y que en todo caso cada respuesta se pueda **superciclar** (si no fuera posible, al menos garantizar su reciclabilidad o **compostar** (véase Renovabilidad)).



05 - ACTUALIZABILIDAD DE PRESTACIONES

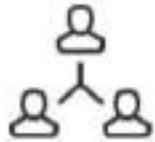
Proporcionar los **medios, conocimiento y recursos** para **garantizar la actualizabilidad** (puesta al día) de las **prestaciones de productos y servicios**. Se podrá intervenir en el diseño los componentes **hacia la modularidad** (es decir intercambiabilidad de piezas) y **flexibilidad de soluciones**. Evitar toda forma de **obsolescencia programada** hacia un diseño atemporal (que no sigue tendencias efímeras) y fácilmente actualizable con la integración de nuevas piezas / funciones que **mejore el desempeño** general, según el estado del arte actual.



06 - REUTILIZACIÓN ENTRE USUARIOS / SEGUNDA MANO

Facilitar la **extensión de la vida útil del producto** hacia formas de aprovechamiento en sucesivos ciclos de vida (tras el primer uso) manteniendo la **mejor usabilidad y calidad de prestaciones** para el usuario, aumentando los ciclos de vida útil y también la **compra/venta de segunda mano entre usuarios**. Proporcionar los **medios, conocimiento y recursos** para habilitar la extensión de vida **asegurando la calidad del producto y su revalorización económica y social en tiempo**.

Las estrategias de transformación



07 - COMPARTICIÓN ENTRE MÚLTIPLES USUARIOS

Diseñar productos y servicios **aprovechables por múltiples usuarios**, que **resistan al uso en diferentes estilos y formas de interactuar**. Proporcionar los medios, el conocimiento y los recursos **para favorecer una fácil y completa explotación del objeto compartido** y que además **favorezca la creación de lazos emocionales y sociales entre usuarios**. Promover la **cooperación con los usuarios, el respeto y la convivencia** dentro de servicios públicos y/o compartidos.



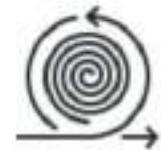
08 - EN CÓDIGO ABIERTO / OPEN SOURCE

Proporcionar los medios, conocimiento y recursos para que las características del productos y servicios **sean accesibles y asequibles** para otros fabricantes, usuarios, desarrolladores y sobre todo **superconductores (re-creadores)** y así **habilitar la máxima explotación del producto/servicio**. Favorecer **la difusión de conocimiento y know how** en ámbitos que **promuevan el bienestar humano y la innovación**, así como la **busqueda de soluciones globales** a los retos ambientales y económicos actuales. Repensar el modelo de negocio hacia **nuevas formas más sofisticadas de generación y monetización de valor creado**.



09 - DESMATERIALIZACIÓN / DIGITALIZACIÓN

Desmaterializar (significa quitar material) hacia **productos cada vez más ligeros** (eliminando elementos superfluos) hasta el punto de **dar el salto y no tener ya presencia física convirtiéndolo en 100% digital el producto**. Otra forma de aplicar esta estrategia es **pasar de producir unidades en industrias deslocalizadas para fabricar directamente donde, cuando y como se precise el objeto hacia un modelo a la medida y bajo demanda** aprovechando de las últimas tecnologías que acompañan la **cuarta revolución industrial**. En esta estrategia también se incluye la implementación de tecnologías digitales (como IoT, AI, Cademas de bloques etc) para **optimizar la trazabilidad, seguimiento y eficiencia de productos y servicios** y al mismo tiempo **innovar en el modelo de negocio**.



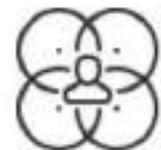
10 - REACONDICIONADO INDUSTRIAL y REVENTA

Esta estrategia pretende **dar una nueva vida/s** a productos que ya no sirven a sus usuarios. Se trata de **poner a disposición los medios, conocimiento y recursos necesarios para re-acondicionar un producto y obtener uno semi-nuevo o a "lira casi cero"**. Típico de algunas industrias como la **automoción y equipos industriales** se **precisa diseñar productos que faciliten la puesta en marcha tras la primera "vida"**. Elegir **materiales y componentes fáciles de sustituir o reprocesar**, **concentrar el desgaste en ciertos componentes reemplazables** y **pensar en estrategias de re-comercialización y revalorización** de lo "seminuevo".



11 - VALORIZACIÓN en CASCADA

Diseñar productos y servicios en que **todo el valor embebido (acumulado) a lo largo de la cadena de suministro se aproveche plenamente en "cascada"**. Sea un material biológico, a una **tercera vida** es que **en cada utilización o vida, se pueda ir sacando el máximo valor residual** hasta la **disposición final**. Diseñar un conjunto de componentes para que, **al menos, algunos de ellos cobren varias nuevas vidas al acabar la anterior** hasta **sacar todo el potencial del producto o servicio**.



12 - SERVITIZACIÓN (de PROPIEDAD a ACCESO)

"Servitizar" significa **identificar y aislar la prestación que ofrece un producto en propiedad para pasar a ofrecerla como servicio**, en que **el fabricante mantiene el control y gestión de los componentes y recursos**. **Al consumidor** (que se convierte en **usuario**), por lo tanto, se le **garantiza acceso y "disfrute"** sin cargarle con el mantenimiento, las reparaciones o la **disposición final** que **realiza el productor que re-aprovecha así de los recursos** y puede darle **solida para otros productos**.

A photograph of a pharmacy dispensary. In the foreground, there are two large wooden cabinets filled with numerous small drawers, each with a label. The cabinets are arranged in a grid. In the background, a hallway with a green carpet leads away, lined with windows covered by light-colored curtains. A white door is visible at the end of the hallway. The text "Experiencia y soluciones" is overlaid in the center of the image.

Experiencia y **soluciones**

El camino..



OBSERVA



ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE



ENCUENTRA



¿Qué tipo de profesional somos?

Desde hace un tiempo, ha ido cobrando relevancia el rol de un profesional que rompe con la linealidad del modelo económico-productivo actual.

La educación, basada en un sistema productivo lineal (casi militar), ha estado produciendo profesionales que se tenían que ir especializando cada vez más, hasta el concepto de PhD.

Hoy en día **hay nuevos roles** que se demandan y que complementen estos especialistas.



Especialista



Generalista

Especialista



Generalista









La propuesta de **valor**



No son los
productos o
servicios

iPhone X

Say hello to the future.



SAMSUNG



Introducing the
Galaxy S9
The Camera. Reimagined.



Ahora.. te pregunto,
cuál es **tu** propuesta
de valor?



Ejercicio para ti

Escribe un “tuit” (280 caracteres)
con **tu propuesta de valor**

Tus puntos de fuerza y de mejora



Habilidades,
competencias y
conocimiento
AMBIENTAL



Habilidades,
competencias y
conocimiento
NEGOCIOS



Habilidades,
competencias y
conocimiento
SOCIAL



Habilidades,
competencias y
conocimiento
JURÍDICO



Habilidades,
competencias y
conocimiento
INFORMACIÓN



Habilidades,
competencias y
conocimiento
TECNOLOGÍAS

El camino..



OBSERVA



ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE



ENCUENTRA



A person stands in the center of a dark tunnel, holding a lit sparkler high in their right hand. The tunnel walls are illuminated with a strong red light, creating a dramatic and atmospheric scene. The person is silhouetted against the light from the sparkler and the tunnel walls. The overall mood is one of hope and celebration.

OPORTUNIDADES **CIRCULARES**

Tipos de empleos y profesiones

1. **“Directos”** (Ej. Biometanización)
2. **“Habilitadores”** (Ej. Tecnologías de soporte)
3. **“Indirectos”** (Ej. Educación)

Ámbitos más interesantes

1. Ecodiseño
2. Movilidad Sostenible
3. Circular computing
4. AI, IoT y BIG DATA
5. Diseño de servicios (UX y UI)
6. Blockchain
7. Energía distribuida
8. Gestión integral de Agua
9. Producción km0
10. Open source
11. Nuevos materiales
12. Diseño organizacional
13. Robótica
14. Construcción circular
15. Ocio desmaterializado
16. Bio y Nanotecnologías
17. ...

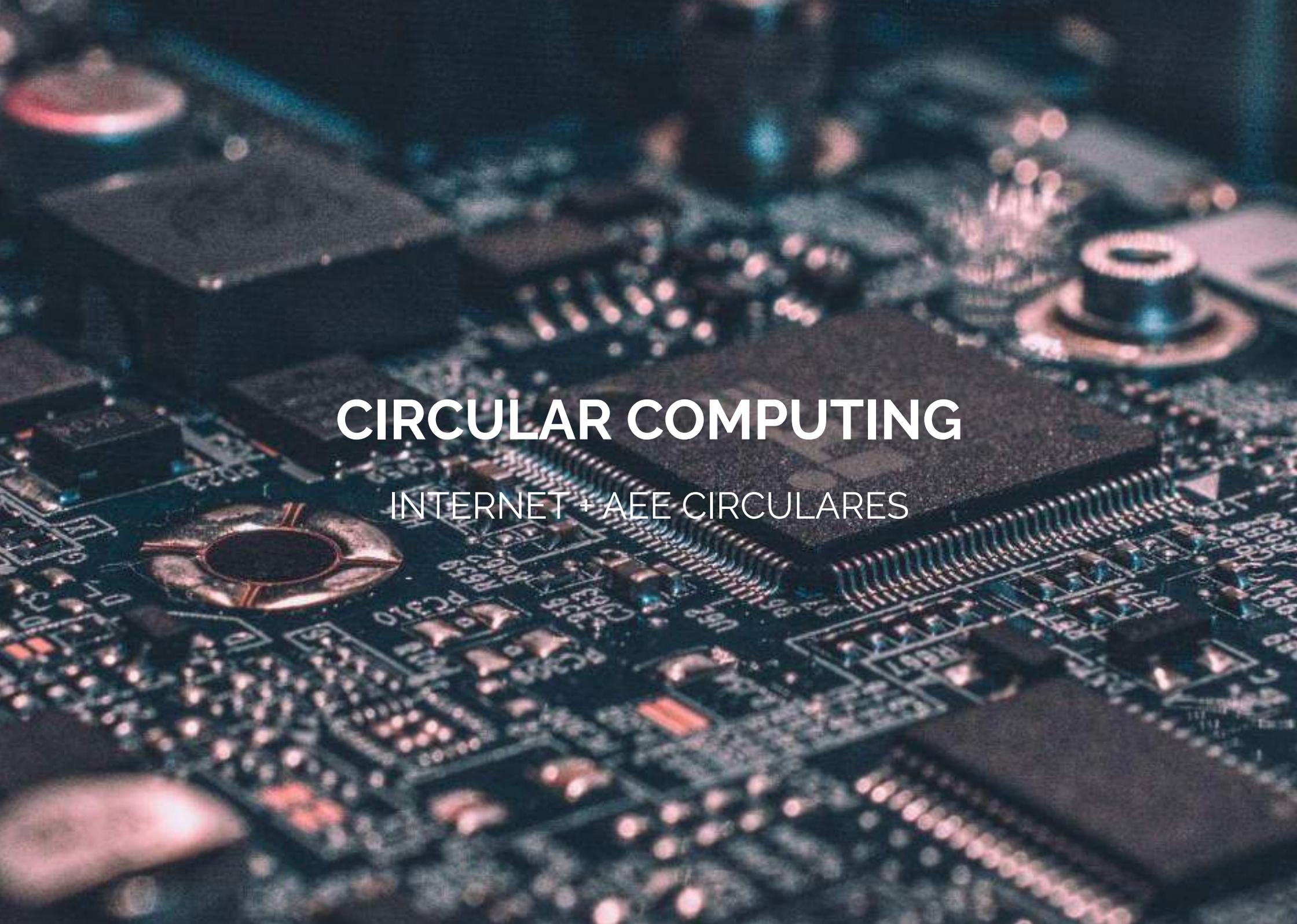
A close-up photograph of a bicycle tire. The tire has a red sidewall with the word "NYLON" embossed on it. The tread is white. The background is a textured teal surface. The text "ECODISEÑO" and "PRODUCTOS DE CONSUMO" is overlaid in white on the left side of the image.

ECODISEÑO

PRODUCTOS DE CONSUMO



MOVILIDAD INTEGRADA
PAÍSES EMERGENTES



CIRCULAR COMPUTING

INTERNET + AEE CIRCULARES



AI, IoT y BIG DATA

PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE STOCK
PREDICTIVA



DISEÑO DE SERVICIOS

UX y UI SERVITIZACIÓN

BLOCK
CHAIN

BLOCKCHAIN

CERTIFICACIONES Y TRAZABILIDAD

A close-up photograph of a hand holding a clear glass under a modern, chrome faucet. Water is being poured into the glass, and a large splash of water is visible on the right side of the frame. The background is dark and out of focus, showing a kitchen sink and tiled wall. The overall tone is clean and professional.

GESTIÓN CICLO DE AGUA

SOLUCIONES DE TRATAMIENTO



PRODUCCIÓN KM0
MANUFACTURA ADITIVA BAJO DEMANDA



OPEN SOURCE

NUEVAS FORMAS DE GENERAR VALOR



NUEVOS MATERIALES

ENVASES o MODA

A man with a beard, wearing a black beanie and glasses, is shown in profile from the back, looking towards a wall. The wall is covered with several white papers or documents, some of which appear to be sketches or designs. The lighting is soft and natural, coming from the left side, creating a slight shadow on the man's face and highlighting the texture of his beanie. The overall mood is one of focused observation and creative work.

DISEÑO ORGANIZACIONAL

REDISEÑO DE EMPRESAS



ROBÓTICA

AGRICULTURA DE PRECISIÓN



CONSTRUCCIÓN **CIRCULAR**

BIM + PASAPORTE MATERIALES

OCIO DESMATERIALIZADO

NOMADISMO





BIO y NANOTECNOLOGÍA

AGRICULTURA CELULAR



EU GREEN DEAL

¿?

El camino..



OBSERVA



ANALIZA



ENTIENDE



AUMENTA



MAPEA



DESCUBRE

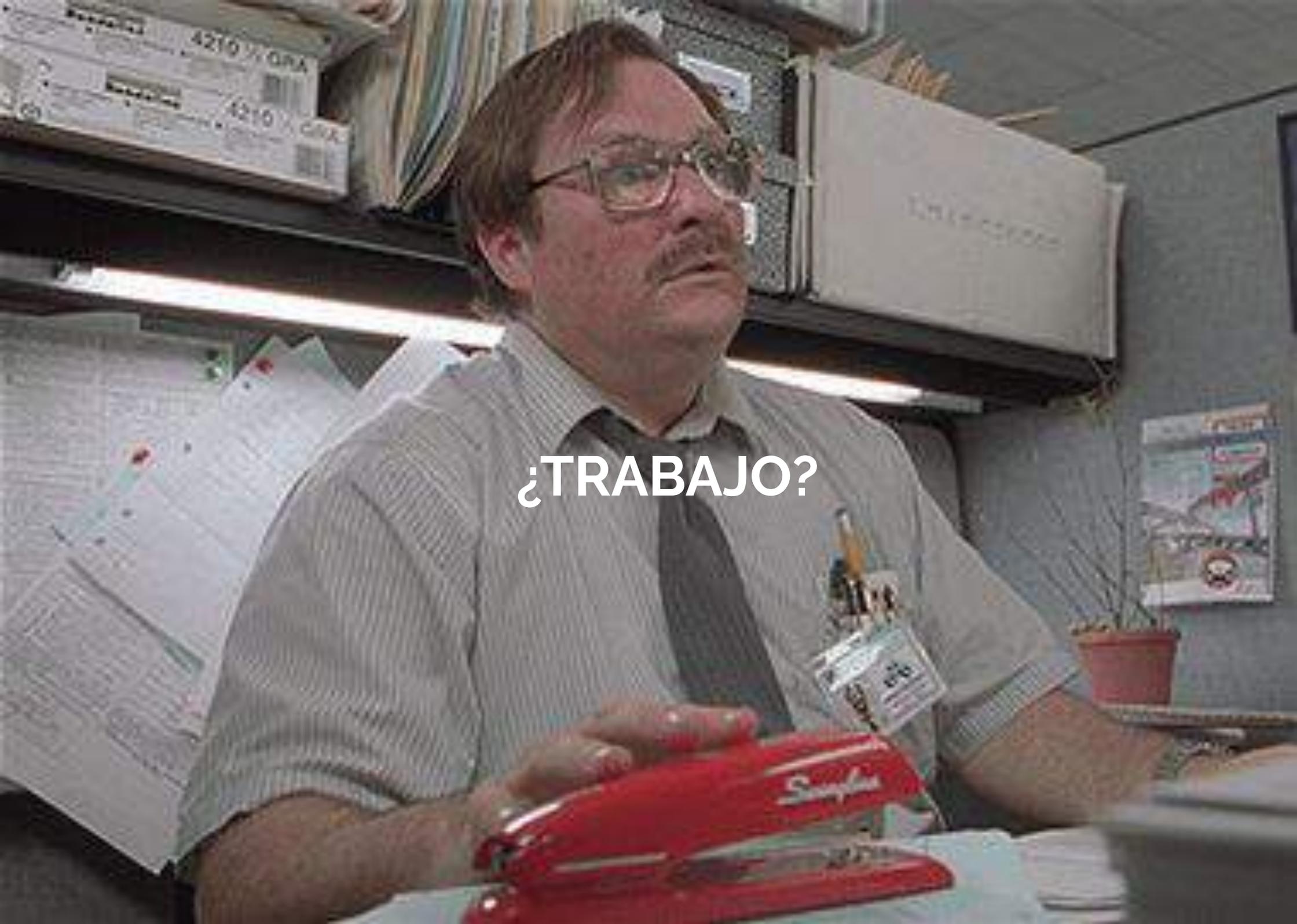


ENCUENTRA



A man with short, light brown hair, seen from the back and side, is operating a complex industrial machine. He is wearing a grey long-sleeved shirt. The machine is a multi-lane bottling line, with several green glass bottles being filled and capped. The bottles are arranged in a row, and the liquid inside is a bright yellow color. The machine has various pipes, valves, and mechanical components. The background is a factory setting with metal structures and other equipment. The text "NUEVAS PROFESIONES" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

NUEVAS PROFESIONES



¿TRABAJO?

A man in a black tank top and pants is performing a handstand on a rooftop. He is balancing on one hand, with his other arm extended forward. The background shows a city skyline under a blue sky with some clouds. The text "GENERACIÓN DE VALOR" is overlaid in the center of the image.

GENERACIÓN DE **VALOR**

A woman with long dark hair, wearing a black blazer over a blue V-neck top and black pants, stands in front of a brick wall. She is smiling and holding a white mug with both hands. The background is a brick wall with a white pillar on the left and a white door on the right.

#Agentes **Transformación** Circular

Nuevas “actividades” profesionales:

1. Inspiración filosófica y divulgación
2. Capacitación
3. Diseñador
4. Facilitación de procesos y creación de métodos
5. Investigación
6. ACV, certificación y métricas
7. Consultoría, asesoría y mentorización
8. Ingeniería / empresa tecnológica o logística
9. Implementación de EC dentro de una empresa
10. Intermediación / brokerage
11. ...



Inspiración filosófica y divulgación

Piensan, escriben teorizan, trabajan en soluciones que combinan tecnología con humanidades. Hibridadores que ayudan a construir nuevos relatos.

Inspiran y crean historias



Facilitación de procesos y creación de métodos

Dinamizan y crean procesos que cambian la forma de operar y colaborar de los negocios e instituciones.

Articulan y ordenan la transformación



Implementación de EC dentro de una empresa

Gestiona procesos internos y externos a la empresa hacia la circularización. Identifican, miden, experimentan y lideran el cambio.

Generan condiciones para la innovación



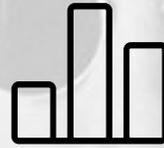
Ingeniería / empresa tecnológica o logística

Usando una combinación de tecnologías, productos y servicios habilitan la Economía Circular como solución propia o para que otros lo logren.

Recolecta, gestiona y extrae valor de los datos



**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 relación se va a realizar, cómo?
 Qué tipo de relación?
 Puntos de contacto y actividades
 Adaptación de recursos y actividades por división

Actividades Clave



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

¿Cuál actividad?
 ¿Por qué?
 ¿Por qué y cómo se realiza?
 ¿Qué recursos?
 ¿Qué canales?
 ¿Qué relaciones?
 ¿Qué fuentes de ingresos?

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?

¿Qué valor?
 ¿Por qué?
 ¿Qué problema estamos ayudando a resolver?
 ¿Qué necesidad estamos satisfaciendo?
 ¿Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

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?

¿Qué tipo de relación?
 ¿Cómo se establece?
 ¿Cómo se mantiene?
 ¿Cómo se integra con el resto de nuestro modelo de negocio?

Segmentos De Clientes



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

¿Qué segmento de clientes?
 ¿Por qué?
 ¿Cómo se crea valor?
 ¿Por qué son importantes?

Recursos Clave



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

¿Qué recursos clave?
 ¿Por qué?
 ¿Cómo se crean?
 ¿Cómo se mantienen?
 ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

Canales



A través 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?

¿Qué canales?
 ¿Por qué?
 ¿Cómo se crean?
 ¿Cómo se mantienen?
 ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

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?

¿Qué estructura de costos?
 ¿Por qué?
 ¿Cómo se crean?
 ¿Cómo se mantienen?
 ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

¿Qué estructura de costos?
 ¿Por qué?
 ¿Cómo se crean?
 ¿Cómo se mantienen?
 ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

Fuente De Ingresos

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

¿Qué fuente de ingresos?
 ¿Por qué?
 ¿Cómo se crean?
 ¿Cómo se mantienen?
 ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

A · ECOCANVAS: DISEÑO DE NEGOCIOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

<p>ANTICIPACIÓN e IMPACTO AMBIENTAL - AIA</p> <p>¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos ambientales más importantes a tu negocio en los próximos años? Pasa en el calentamiento global, la escasez de recursos, etc.</p>  <p>Ver el contenido en MAPA CIRCULAR</p>	<p>CADENA DE VALOR CIRCULAR - CVN</p> <p>¿Quiénes son los principales grupos de interés (STKs) que van a afectar al proyecto o pueden ser afectadas por él?</p>  <p>Ver el contenido en MAPA CIRCULAR</p>	<p>PROBLEMA / NECESIDAD - PRO</p> <p>¿Cuál es el problema / necesidad que has identificado y pretendes resolver?</p> 	<p>PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR - PUC</p> <p>¿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.</p> 	<p>RELACIÓN CON CLIENTES y STAKEHOLDERS - REL</p> <p>¿Cómo es tu relación con tus clientes y grupos de interés?</p> 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES - SCL</p> <p>¿Quiénes / qué actores por el problema? ¿Quiénes son sus principales segmentos de clientes? Sé lo más específico posible. Si tienes varias usa colores diferentes.</p> 	<p>ANTICIPACIÓN e IMPACTO SOCIAL - AIS</p> <p>¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos sociales más importantes a tu negocio en los próximos años? Pasa en tecnología, cultura, roles sociales.</p>  <p>Ver el contenido en ANÁLISIS POSTAL</p>
<p>RECURSOS CLAVE - REC</p> <p>¿Qué recursos (financieros, humanos, tecnológicos...) necesita tu empresa para funcionar? ¿Cuál es la relación con el capital natural?</p>  <p>Ver el contenido en MAPA CIRCULAR</p>		<p>Describe los productos y servicios.</p>  <p>Ver el contenido en PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR</p>		<p>COMUNICACIÓN y VENTA - CVN</p> <p>¿Cómo obtienes a los clientes y contactas a los puntos de interés? ¿Cómo se puede el servicio? ¿Cómo y dónde se vende?</p>  <p>Ver el contenido en PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR</p>		<p>Ver el contenido en PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR</p>
<p>Ver el contenido en ANÁLISIS POSTAL</p> <p>Aquí abajo indica cuáles son los impactos ambientales que vas a generar, positivos y negativos.</p> 	<p>ESTRUCTURA DE COSTES - COS</p> <p>¿Cuáles son los costes en que incurre tu negocio implementando las actividades y utilizando los recursos necesarios? Pasa bien en todos los flujos de costo.</p> 		<p>FLUJO DE INGRESOS - ING</p> <p>¿Cuáles son los diferentes flujos de ingresos por el valor que creas y entregas al mercado?</p> 		<p>Aquí abajo indica cuáles son los impactos sociales que vas a generar, positivos y negativos.</p> 	
<p>MODELOS DE NEGOCIO E INNOVACIÓN (CIRCULAR) - CRC</p> <p>¿Cuáles son las características clave de tu modelo de negocio circular? Aplica las estrategias de circularización y describe aquí el resultado.</p>  <p>Ver el contenido en IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES y también en el contenido ESTRATEGIAS DE CIRCULARIZACIÓN como generar nuevos modelos de negocio y productos de la economía circular.</p>						

AP · ECOCANVAS: para #AGENTEDETRANSFORMACIÓN CIRCULAR

¿CÓMO CAMBIARÁ TU ENTORNO OPERACIONAL?

¿Cuáles son y cómo afectarán los aspectos ambientales, laborales y del mercado más importantes a tu propuesta de valor en los próximos años? Piensa en cambios externos que puedan afectar a tu trabajo.

¿CÓMO SON TUS COLABORADORES CLAVE?

¿Quiénes son tus colaboradores clave en el desarrollo de tus actividades / trabajo?



¿QUÉ RETOS SABES SOLUCIONAR?

¿Cuál es el problema / necesidad que sabes solucionar? ¿Qué sabes hacer?



¿CUAL ES TU PROPUESTA ÚNICA DE VALOR?

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



Describe tus servicios con el ícono.



¿CÓMO NUTRES A TU CAPITAL RELACIONAL?

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



¿CÓMO TE PONES EN VALOR?

¿Cómo entregas y añades tu propuesta de valor?



¿A QUIÉN APORTAS VALOR?

¿Quién se beneficia de tus servicios, habilidades, conocimientos, competencias, etc.? ¿Cuál es el/los destinatario de tu PV?



Si tu beneficiario PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR

¿CÓMO CAMBIARÁ TU ENTORNO SOCIAL - PERSONAL?

¿Cuáles son y cómo afectarán a tu campo y trabajo los cambios sociales más importantes en los próximos años? Piensa en cambios externos (redes, familia, entorno social interno, etc.).



¿CON QUÉ RECURSOS CLAVE CUENTAS?

¿Qué recursos intelectuales, financieros, físicos/estructurales, legales, técnicos necesitas para proporcionar tu propuesta de valor? Piensa en conocimientos, competencias, experiencia, idiomas.



¿CUÁNTO CUESTA TU VIDA (PERSONAL Y PROFESIONAL)?

¿Cuáles son los costes que necesitas cubrir para vivir, aprender, mejorar en tu trabajo para aportar constantemente valor? Piensa bien en todas las fuentes de gasto.



¿CÓMO GENERAS INGRESOS (DIFERENTES SALARIOS)?

¿Cuáles son los diferentes flujos de ingresos, beneficios y salarios (incluido emocional) que obtienes al entregar tu propuesta de valor?



¿CÓMO RENUEVAS CONSTANTEMENTE TU PROPUESTA DE VALOR? ¿CÓMO TE MOTIVA Y APASIONA PARA MEJORAR?

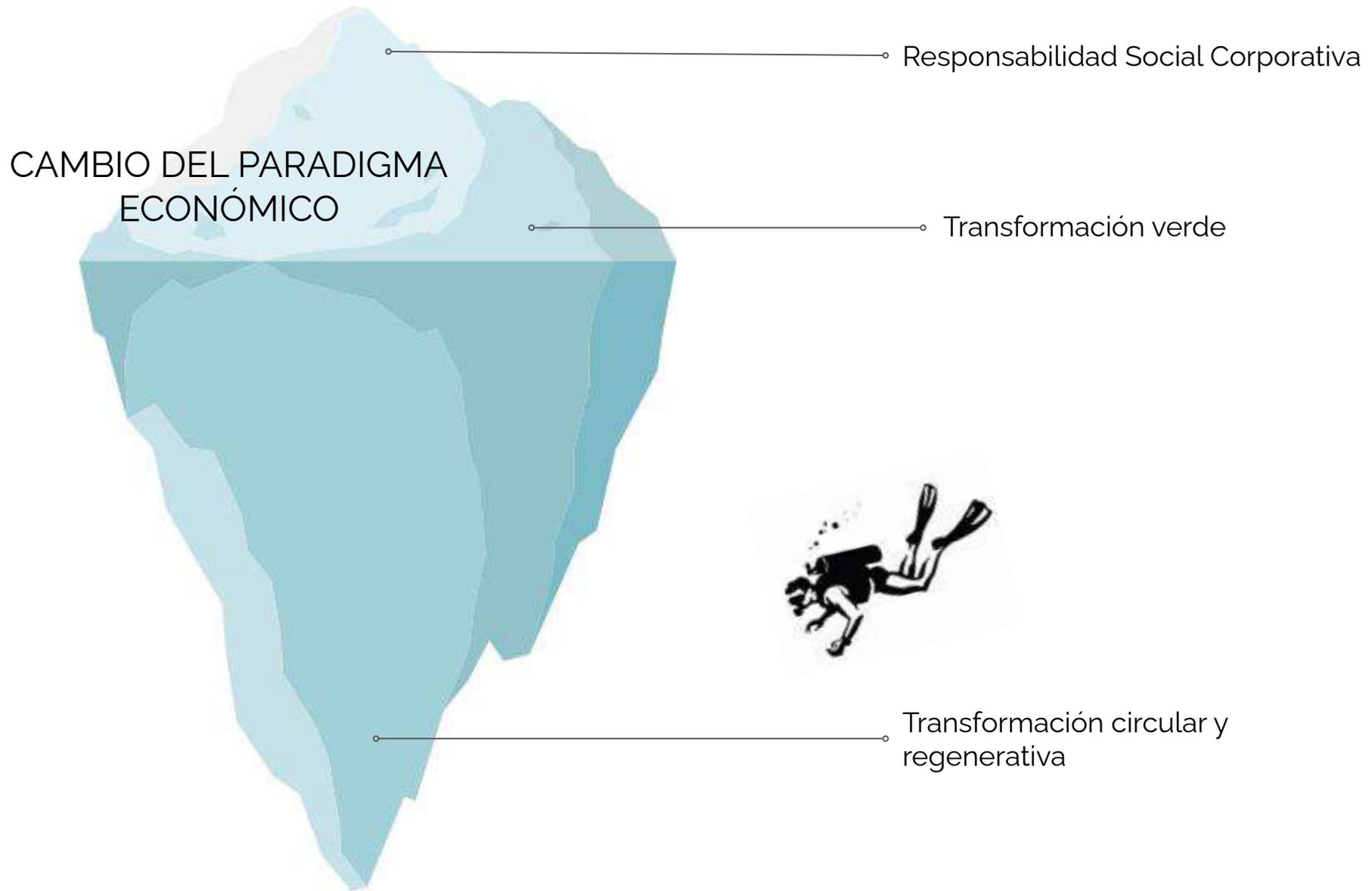
¿Cuáles son los características clave de tu modelo de negocio circular? Aplica las estrategias de circularización y describe aquí el resultado.





**DISEÑAR, PROTOTIPAR
y VALIDAR (O PIVOTAR)
TU PROPUESTA DE VALOR**

Cuestión de visión, coraje y oxígeno



An underwater scene with a hand reaching up from the bottom left towards the center. The water is a deep blue-green color. In the background, there is a large school of small fish swimming upwards. The text "¿NOS LANZAMOS?" is centered in the middle of the image.

¿NOS LANZAMOS?

ecologing

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

