GLOSARIO

MODELO DE NEGOCIO:

El término modelo de negocio se refiere al plan de una empresa para obtener ganancias. Identifica los productos o servicios que la empresa planea vender, su mercado objetivo identificado y cualquier gasto anticipado. Los modelos de negocio son importantes tanto para las empresas nuevas como para las establecidas. Ayudan a las empresas nuevas y en desarrollo a atraer inversiones, reclutar talento y motivar a la gerencia y al personal. Las empresas establecidas deben actualizar periódicamente sus planes comerciales o no podrán anticipar las tendencias y los desafíos que se avecinan. Los planes de negocios ayudan a los inversionistas a evaluar las empresas que les interesan.

Las dos palancas principales del modelo comercial de una empresa son los precios y los costos. Una empresa puede aumentar los precios y puede encontrar inventario a costos reducidos. Ambas acciones aumentan la utilidad bruta. Muchos analistas consideran que la utilidad bruta es más importante al evaluar un plan de negocios. Una buena utilidad bruta sugiere un plan de negocios sólido. Si los gastos están fuera de control, el equipo de administración podría tener la culpa y los problemas son corregibles. Como sugiere esto, muchos analistas creen que las empresas que funcionan con los mejores modelos de negocios pueden funcionar solas.

Esquema de modelo de negocios:

Business Model Canvas divide su modelo de negocio en segmentos fáciles de entender: socios clave, actividades clave, recursos clave, propuestas de valor, relaciones con los clientes, canales, segmentos de clientes, estructura de costos y flujos de ingresos. ... Ayuda a comunicar a los clientes por qué deberían hacer negocios con usted.

Beneficio del Business Model Canvas:

Business Model Canvas es uno de los más conocidos y confiables para ayudar a los empresarios a transformar una idea en una estrategia organizada y un plan de negocios procesable. Un Business Model Canvas le permite plasmar todo su negocio en papel y evaluar su estrategia, las brechas de planificación y la exposición al riesgo. Puede crear fácilmente su propio Business Model Canvas y realizar el ejercicio usted mismo (enhttps://philadelphia.score.org/blog/benefits-using-business-model-canvas-2)

Críticas a los Modelos de Negocio:

Joan Magretta, ex editora de Harvard Business Review, sugiere que hay dos factores críticos para evaluar los modelos de negocios. Cuando los modelos de negocios no

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido que refleja únicamente los puntos de vista de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo. NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

funcionan, afirma, es porque la historia no tiene sentido y/o los números simplemente no se suman a las ganancias. La industria de las aerolíneas es un buen lugar para buscar un modelo de negocio que dejó de tener sentido. Incluye empresas que han sufrido grandes pérdidas e incluso quiebras. (enhttps://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Criticisms-Variations-and-Experiences-with-Business-Model-Canvas.pdf)

Ejemplos de modelos de negocio:

Con esta definición en mente, es posible que ahora se pregunte: ¿Qué es un ejemplo de modelo de negocio?

Un ejemplo popular de un modelo comercial es el modelo de suscripción, en el que las empresas cobran una tarifa de suscripción (mensual, anual, etc.) para que los clientes accedan a un servicio. Por supuesto, este tipo de modelo comercial se puede ajustar y personalizar para cada negocio individual, pero usando Netflix como ejemplo, analicemos los cuatro puntos que describimos anteriormente: qué tipo de producto o servicio venderá una empresa, cómo tiene la intención de comercializar ese producto o servicio, qué tipo de gastos enfrentará, cómo espera obtener una ganancia.

Modelos disruptivos:

El modelo de negocio disruptivo interrumpe el mercado al abordar las demandas reprimidas, aquellas demandas que han sido ignoradas por los principales proveedores y fabricantes de la industria, y brindando soluciones que la industria actual no ha logrado entregar o es incapaz de hacerlo. Un modelo de negocio disruptivo solo existe si detrás hay una idea innovadora que apoye su causa.

Solo una innovación que tenga la capacidad de facilitar la vida de las personas a un coste justificado puede constituir la base del modelo de negocio disruptivo. Cuando a Sony se le ocurrió la idea de un walkman, la empresa ya era una gran marca. Pero con la innovación del walkman, Sony creó un nuevo mercado.

Fuentes:

Sitografía:https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp

Sitografía:https://www.feedough.com/what-is-disruptive-business-model/

¿Qué son y cuáles son los nuevos modelos de negocio?

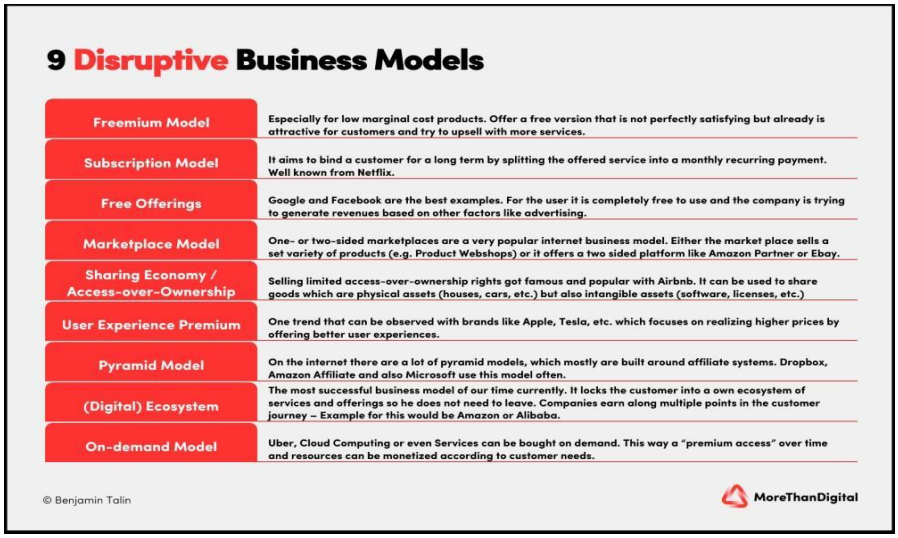
Mucha gente está discutiendo actualmente sobre modelos de "negocios disruptivos" y, a veces, incluso ya están hartos del mundo disruptivo. Pero, ¿por qué este tema es tan importante para todos y qué debemos saber al respecto? Esta parte debería ayudar a comprender por qué estos nuevos modelos comerciales disruptivos son tan importantes y por qué todos deberían al menos tener una comprensión de los conceptos básicos de los modelos comerciales más exitosos.

Observar los modelos de negocios es crucial para comprender cómo posicionar su empresa de nuevo y cómo generar ingresos adicionales. Los nuevos modelos de negocio también pueden ayudar a las empresas a ser más resistentes a la dinámica del mercado y también a diversificar su cartera.

¿Qué es un modelo de negocio disruptivo?

Los modelos de negocios disruptivos son un tipo de innovación disruptiva que trae una nueva idea o tecnología a un mercado existente. Los participantes disruptivos en el mercado generalmente capturan demandas insatisfechas en el mercado existente. Puede tratarse de una demanda reprimida de gama baja o alta en la que se abordan los clientes más sensibles al precio o los clientes más premium.

El siguiente gráfico muestra 9 modelos de negocios significativos que pueden ser disruptivos para las industrias y con los que todos deberían al menos estar familiarizados. Ya sea centrándose en la interrupción de gama baja (por ejemplo, Freemium) o la interrupción de gama alta (por ejemplo, experiencia de usuario premium).



1. Modelo gratuito

Uno de los modelos de negocio más utilizados. El consumidor recibe un producto o servicio de forma gratuita. O solo se ofrecen funciones básicas y para funciones premium, sin marca o extensión de los servicios, el cliente debe pagar. De esta manera, puede llegar rápidamente a una amplia base de clientes, escalar su negocio a nuevos mercados y generar ingresos al convertir clientes en clientes de pago.

Este modelo es especialmente aplicable para productos o servicios que tienen costos marginales bajos (costos adicionales por cliente adicional) o donde el marketing y la información al cliente tienen un valor mayor que los costos operativos. La clave para tales modelos es también la conversión. Necesita encontrar una solución gratuita que sea atractiva para un cliente, pero que tampoco la satisfaga perfectamente, de modo que esté dispuesto a pagar por la prima.

Ejemplos típicos: Spotify, Linkedin, Xing, Canva.com, MailChimp

2. Modelo de Suscripción

Por lo general, los productos y servicios también se pueden ofrecer como suscripciones. Se divide una cantidad que normalmente solo ocurriría una vez o se crea un nuevo servicio que se factura periódicamente. El objetivo es vincular al cliente a largo plazo. A diferencia de la compra única, el cliente se beneficia de mejoras y ampliaciones del servicio.

Los productos no divisibles también se pueden convertir en una suscripción. Amazon ya ha dado un ejemplo con este sistema donde productos como detergentes, cosméticos, etc. también pueden ser entregados automáticamente de forma regular. La suscripción es muy poderosa ya que le permite generar ingresos a lo largo del tiempo y hacer crecer su empresa sin demasiados "altibajos".

Ejemplos típicos: Amazon, Netflix, Proveedor de Internet

3. Ofertas gratuitas

Un modelo que ha ganado popularidad, sobre todo a través de Google. Para muchos empresarios, este es también el modelo de negocio más incomprensible, pero tiene un gran potencial para algunos servicios. Dado que estos modelos de negocio suelen evaluar los datos de los clientes para publicidad u ofertas personalizadas, es interesante utilizar mucha información sobre los clientes. Cuando solo está considerando un servicio gratuito, también debe planificar una fase de aceleración prolongada. Esto significa que está invirtiendo durante un largo período de tiempo antes de alcanzar la masa crítica de usuarios para tener un negocio rentable.

Ejemplos típicos: Google, Facebook

4. Modelo de mercado

Para algunas industrias, los mercados ya tenían o tienen un gran potencial disruptivo. El modelo de negocio utilizado aquí suele ser un mercado digital que conecta al vendedor y al comprador en una plataforma común. El dinero generalmente se genera a través de tarifas de corretaje, comisiones o costos fijos de transacción. Sin embargo, también es posible utilizar cuotas de membresía en la plataforma o generar dinero a través de publicidad/servicios de posicionamiento premium.

Ejemplos típicos: Amazon, Alibaba, Uber, Ebay

5. Economía colaborativa – Modelo de acceso sobre propiedad – Renting & Leasing

En el sentido clásico, la economía colaborativa se conoce como arrendamiento. Bienes o servicios que normalmente solo se pueden comprar o poner a disposición de otra persona por un período de tiempo limitado. Está el ejemplo del coche compartido. El coche se pone a disposición de otra persona durante un determinado período de tiempo y un número de kilómetros previo pago. En general, esto se puede aplicar a todos los productos, ya sean de particulares o empresas, bienes inmuebles o activos intangibles.

Ejemplos típicos: Airbnb, Sharoo, Movilidad, Lyft

6. Experiencia de usuario Premium

Este es un modelo premium que se puede observar fácilmente usando Apple. Una buena experiencia de cliente agrega valor a un producto intercambiable. Se mejora el servicio, la marca y sobre todo la experiencia del cliente y se cobran precios premium.

Ejemplos típicos: Tesla, Apple y Marcas Premium

7. Modelo de pirámide

El modelo es un modelo de venta típico que ha estado disponible durante varios años. Especialmente debido a la fácil facturación de las ayudas técnicas, estos modelos piramidales se pueden construir rápidamente y administrar fácilmente. Es especialmente interesante para productos con márgenes elevados y que se explican fácilmente.

Ejemplos típicos: Afiliado de Amazon, Microsoft, Dropbox

8. Ecosistema: crea tu propio ecosistema

Vincular a los clientes a un ecosistema a largo plazo a través de un proceso de "bloqueo" en un servicio es el sueño de todo emprendedor. Por ejemplo, si tienes un móvil de Apple o Android, probablemente estés incluido en este ecosistema. Usted compra el hardware y usa el software que puede que solo sea compatible con el mismo sistema. Esto dificulta el cambio y además impide que nueva competencia se afiance.

Lectura recomendada: ¿Qué es un ecosistema digital?

https://whatfix.com/blog/que-es-un-ecosistema-digital-y-como-puede-ayudar-a-su-negocio/

Ejemplos típicos: Apple, Google

9. Modelo bajo demanda

El tiempo es dinero, esa es la estructura de este modelo de negocio. Se vende el acceso inmediato o también el acceso premium a "tiempo". La entrega, el producto o el servicio se pueden solicitar en un momento determinado. Video-on-demand, taxi (over) on-demand y muchos otros sistemas son buenos ejemplos. Empresas o personas bienes o tiempo prestan sus servicios a personas sin bienes y tiempo pero con dinero.

Ejemplos típicos: Amazon Prime, Uber, Upwork, servicios en la nube

Las tecnologías han cambiado nuestro mundo y seguirán haciéndolo. Tenemos que darnos cuenta de que los modelos comerciales clásicos, como comprar y vender con una prima, ya no funcionarán solos. Por lo tanto, vale la pena echar un vistazo crítico a las 9 tendencias principales en los modelos de negocio y examinarlas para su propio uso. Entonces, puede ser que pueda construir nuevos campos comerciales o incluso usar su propio conocimiento para involucrarse en otras industrias.

Una vez más, es importante enfatizar que estos son ejemplos. Un modelo de negocio exitoso puede constar de varios elementos y combinar diferentes flujos de ingresos.

¿Por qué estos nuevos modelos son tan relevantes para las mujeres emprendedoras?

Aquí hay algunas ideas:

- El emprendimiento femenino es crucial para el empleo, el crecimiento económico, la innovación, el desarrollo y la reducción de la pobreza en general

- las mujeres solo representaban el 31 % de los empresarios (10,3 millones) en la EU-28 en 2012 (10), y solo el 34,4 % de los autónomos en la UE son mujeres;

- las mujeres son a menudo solo las propietarias registradas oficialmente de las empresas, con el único propósito de obtener concesiones financieras y condiciones ventajosas de las instituciones de crédito y las administraciones públicas europeas, nacionales y regionales; Considerando que, en realidad, estas mujeres funcionan como «fachadas», ya que, si bien asumen el riesgo empresarial, la toma de decisiones de la empresa se deja en manos de los hombres;

- la tasa de empresariado femenino va a la zaga en todos los Estados miembros y oculta un potencial de crecimiento y prosperidad sin explotar;

- varios obstáculos para el emprendimiento femenino, como el predominio de las mujeres en el desempleo, la brecha constante en la actividad empresarial y la infrarrepresentación de las mujeres en las actividades de gestión, están entrelazados y son difíciles de abordar, y su eliminación requerirá criterios complejos;

- la investigación cuantitativa sobre el espíritu empresarial femenino es sCpero estudios recientes muestran que los hombres son más propensos que las mujeres a preferir carreras empresariales;

- el espíritu empresarial femenino, una vez cuidadosamente distinguido del 'falso' trabajo por cuenta propia, es una poderosa fuente de independencia económica que ofrece a las mujeres la oportunidad de una mayor integración en los mercados laborales; Considerando que el espíritu empresarial femenino ofrece a las mujeres la oportunidad de reforzar su papel como líderes empresariales e inducir un cambio cultural tanto dentro como fuera de sus empresas; que estas mujeres pueden ser importantes modelos a seguir para las niñas y mujeres jóvenes que siguen sus pasos;

- las mujeres tienen un enorme potencial empresarial, y el espíritu empresarial femenino tiene que ver con el crecimiento económico, la creación de empleo y el empoderamiento de las mujeres;

- la decisión de trabajar por cuenta propia es un acto de autorrealización, pero que exige un alto nivel de compromiso; Considerando que el alto nivel de responsabilidad personal conduce a jornadas de trabajo excepcionalmente largas, por lo que el trabajo por cuenta propia no debe verse simplemente como una fuente adicional de ingresos; Considerando que las mujeres empresarias solo pueden conciliar la vida familiar y el trabajo si las circunstancias externas lo permiten, es decir, si se dispone de guarderías adecuadas y los padres desempeñan un papel activo en el cuidado y la gestión del hogar

- Las elecciones realizadas por las mujeres durante su educación y la segregación de género horizontal y vertical en el empleo significan que menos mujeres que hombres podrían establecer un negocio en el campo de la ciencia y la tecnología o convertir una invención en un artículo rentable.WConsiderando que la ciencia y la tecnología, la innovación y la invención también son conceptos que se asocian mayoritariamente a los hombres, lo que hace que estos campos sean menos atractivos para las mujeres y hace que las innovaciones e invenciones de las mujeres sean menos reconocidas y apreciadas;

- Las mujeres emprendedoras tienden a concentrarse con mayor frecuencia en sectores que se consideran menos rentables, como la educación, la atención médica y el trabajo comunitario, a diferencia de los sectores de tecnología y TI con alto potencial de crecimiento y dominados por hombres, y con mayor frecuencia operan en pequeña escala. empresas con menor crecimiento y

facturación; que esto dio lugar en 2012 a una brecha de ingresos netos medios en la EU-28 del 6 % entre mujeres y hombres empresarios;

- las nuevas tecnologías verdes y el espíritu empresarial ecológico constituyen un sector que ofrece un enorme potencial para desarrollar y promover la paridad en el espíritu empresarial, tanto en términos de igualdad de acceso a la financiación como de igual número de mujeres y hombres empresarios participantes;

- el trabajo por cuenta propia en empresas de una sola mujer, el arreglo en el que se encuentran muchas mujeres, no suele generar ganancias sustanciales, por lo que las mujeres en cuestión corren un riesgo particular de pobreza durante su vida laboral y en la vejez;

- varios estudios revelan que las empresarias inician negocios con niveles de capital más bajos, optando por préstamos más pequeños y utilizando a la familia para el asesoramiento y la financiación en lugar de deuda o financiación de capital de bancos, inversores ángeles, capital privado o capital de riesgo;

- en la mayoría de los casos, las mujeres empresarias operan en sectores secundarios desde el punto de vista de la rentabilidad económica y la competitividad en el mercado;

- La educación empresarial, tanto formal como informal, es clave para alentar a más mujeres y niñas a trabajar en este campo.

Sitografía de origen:

https://morethandigital.info/es/9-modelos-de-negocio-disruptivos-nuevas-oportunidades-para-las-empresas/

https://bernardmarr.com/los-9-modelos-de-negocio-más-exitosos-de-hoy/

https://connects.world/modelo-de-negocio/

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007

Teoría sobre el replanteamiento de la producción y el hecho de que en CE se podría iniciar el proceso en cualquier punto de la producción

Como sabemos, una economía circular es fundamentalmente diferente de una economía lineal. En pocas palabras, en una economía lineal extraemos materias primas que procesamos en un producto que se desecha después de su uso. En una economía circular, cerramos los ciclos de todas estas materias primas. Cerrar estos ciclos requiere mucho más que reciclar. Cambia la forma en que se crea y preserva el valor, cómo se hace más sostenible la producción y qué modelos de negocio se utilizan. Estos aspectos se explican con más detalle a continuación.

De nuevas materias primas a la preservación del valor

El sistema circular y el sistema lineal difieren entre sí en la forma en que se crea o mantiene el valor. Una economía lineal sigue tradicionalmente el plan paso a paso de "tomar-hacer-disponer". Esto significa que las materias primas se recolectan, luego se transforman en productos que se utilizan hasta que finalmente se descartan como desechos. El valor se crea en este sistema económico al producir y vender tantos productos como sea posible.

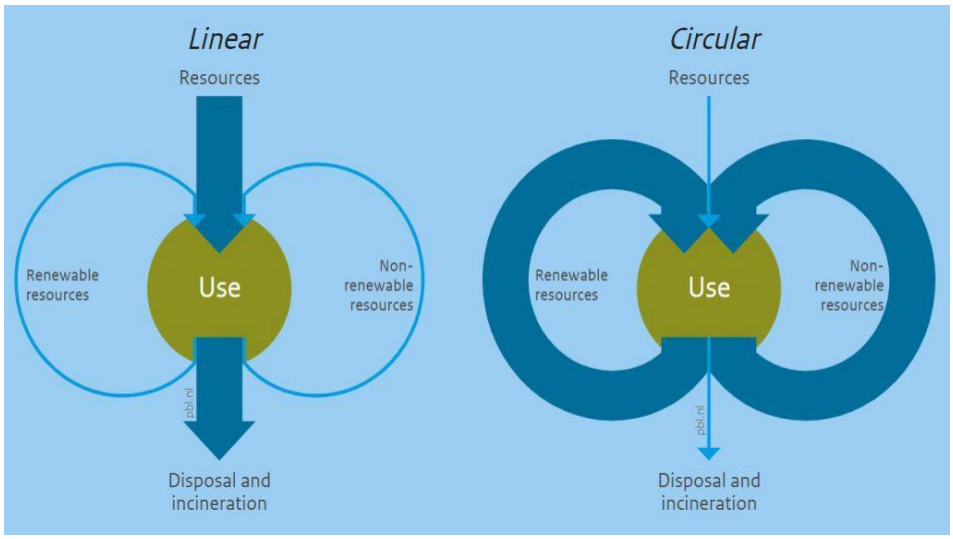


Figura 1: la gran reutilización de materias primas en una economía circular

El respeto por el medio ambiente y el ecosistema no está reñido con el crecimiento económico pero, desde este punto de vista, es un objetivo complementario al de incrementar la facturación y los beneficios.

¿Qué más hay en una economía circular? Una economía circular sigue, principalmente,"el modelo de negocio 5" (2):

- cadena de suministro circular "desde el principio"
- recuperación y reciclaje
- extensión de la vida del producto
- plataforma para compartir
- producido como un servicio

Finalmente, pero lo que es más importante, las materias primas se reutilizan (reciclado sub 2)) a un alto nivel. Esto se puede hacer usando bienes con más personas, como automóviles compartidos. Los productos también se pueden convertir en servicios, como en este sistema, el valor se crea centrándose en la preservación del valor.

Cadena de suministro circular "desde el principio"

El modelo se basa en el acceso a materias primas renovables, reciclables o biodegradables (energías renovables, materiales biológicos, etc.) también conocidos como "nutrientes biológicos" por ser perfectamente biodegradables; los recursos reciclables, como los metales y los minerales, se denominan "nutrientes sintéticos", ya que pueden reciclarse y reutilizarse indefinidamente

Recuperación y reciclaje

El modelo se basa en la recuperación y reutilización de fuentes ocultas en "salidas de producción" y productos de desecho. El modelo tiene varias realizaciones: desde una cadena de suministro de "circuito cerrado" hasta modelos de "circuito abierto" en los que los materiales de desecho se pueden revender a otras empresas como materias primas. las ventajas son muchas: reducción de costes relacionados con materias primas, gestión de residuos, impacto ambiental; creación de puntos de interacción entre clientes y negocios; ingresos por la venta de subproductos no deseados, etc.

Extensión de la vida del producto

Es bien sabido que las empresas logran programar la obsolescencia de los productos para que dejen de funcionar después de un tiempo determinado, obligando al consumidor a realizar una nueva compra. El paradigma de la extensión del ciclo de vida del producto, por otro lado, apunta a extraer el mayor valor posible de cada unidad de

recurso consumida, desarrollando productos para que duren mucho tiempo y brindando actualizaciones, servicios, repuestos.

Las formas en que se expresa este modelo son:

- ✓ construir para la larga vida;
- ✓ **reacondicionar, es decir restaurar los productos a su estado original y revenderlos como nuevos;**
- ✓ **retirar/cambiar/recomprar para volver a poner en el mercado;**
- ✓ **actualizar;**
- ✓ **"recargar": restaurar una función que se agota más rápidamente y el propio producto;**
- ✓ **reparación, para clientes satisfechos con el rendimiento del producto y no interesados en reemplazos.**

Plataforma para compartir

El modelo, ligado a la "economía colaborativa", se basa en la oferta de una plataforma para poner en contacto a los propietarios de bienes de consumo con otros usuarios interesados en utilizarlos. La plataforma aumenta la productividad de los activos, permitiendo el acceso compartido o copropiedad, reduciendo la demanda de recursos y actividades productivas.

Los "factores clave" para la implementación del modelo son:

- ✓ **conveniencia: aumento en el rango y disponibilidad de bienes;**
- ✓ **precio: acceso a productos más baratos;**
- ✓ **calidad: garantía de estándares de calidad con reglas sobre productos y/o servicios, con actividades de seguimiento;**
- ✓ **confianza**: hay muchos riesgos asociados con compartir, por ejemplo, vandalismo. Por ello, los gestores de estos servicios deberán prestar las garantías adecuadas.

Producido como un servicio

Este modelo de "negocio" tiene como objetivo comprar una función o ciertos servicios, en lugar de un servicio. Las empresas conservan la propiedad del producto y lo ofrecen a uno o más usuarios a través de alquiler, arrendamiento, uso pagado según el consumo (por ejemplo, un automóvil pagado en función de los kilómetros recorridos o una impresora pagada en función de las páginas impresas).

Hay dos desafíos en la implementación de este modelo:

- ✓ la inversión inicial que requiere que los costos de producción, en tecnología y recursos, puedan ser absorbidos por el presupuesto de la empresa;

- ✓ la necesidad de un estudio cuidadoso dirigido a la conveniencia económica desde el punto de vista del usuario: puede ser que el usuario esté más motivado para alquilar / usar bienes caros como una suscripción, cuyo costo es tan alto que no puede permitirse la compra.

Este modelo es compatible con la mayoría de los otros modelos de "negocio circular" (el 80% de las empresas estudiadas combinan este modelo con uno o más de los otros modelos, especialmente la "Extensión del ciclo de vida" y la "Plataforma compartida".

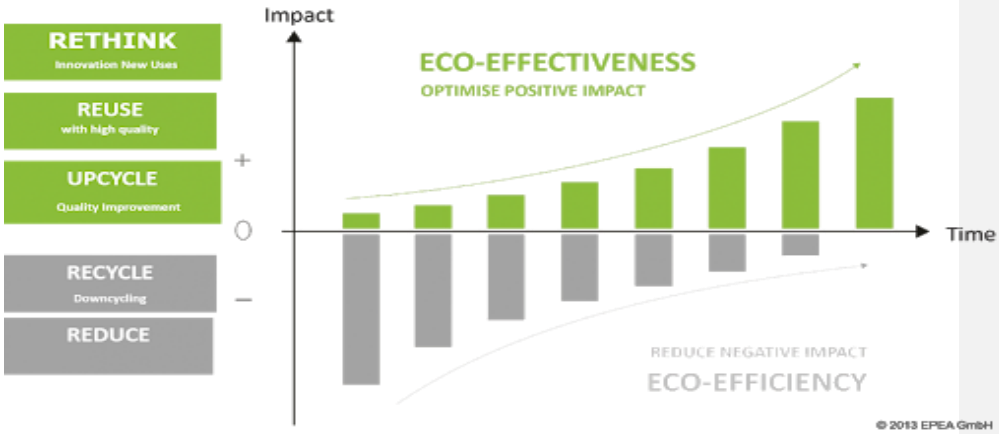
De la ecoeficiencia a la ecoeficacia

La perspectiva sobre la sostenibilidad es diferente en una economía circular que en una economía lineal. Cuando se trabaja en la sustentabilidad dentro de una economía lineal, el enfoque está en la ecoeficiencia, lo que significa que tratamos de minimizar el impacto ecológico para obtener el mismo resultado. Esto extenderá el período en el que el sistema se sobrecarga (Di Maio, Rem, Baldï y Polder, 2017). Dentro de una economía circular, se busca la sostenibilidad aumentando la eco-efectividad del sistema. Esto significa que no solo se minimiza el impacto ecológico, sino que el impacto ecológico, económico y social es incluso positivo (Kjaer, Pigosso et al., 2019). Cuando nos enfocamos en la eco-efectividad para crear un impacto positivo, fortalecemos los sistemas ecológicos, económicos y sociales al usarlos.

Podemos ilustrar la diferencia entre ecoeficiencia y ecoefectividad con un ejemplo sobre la producción de carne de res. La cría de vacas para la producción de carne da como resultado emisiones de gas metano, un fuerte gas de efecto invernadero. En una economía lineal, la producción de carne de res se hace más sostenible al cambiar la forma en que se alimentan las vacas, para que emitan menos gas metano por la misma cantidad de carne. Esto hace que la producción sea más ecoeficiente.

En una economía circular, la producción se hace más sostenible al no hacer carne de vaca, sino, por ejemplo, al crear un sustituto de la carne. Para el sustituto de la carne de res, se cultivan plantas que contribuyen a la biodiversidad, el empleo y la gestión del paisaje. De esta forma, se incrementa el impacto ecológico, económico y social de la misma producción de 'vacuno'.

Figura 2:la diferencia entre eco-efectividad y eco-eficiencia (EPEA GmbH, 2013).



Como resultado, el valor se retiene por completo o incluso aumenta.

Por ejemplo: trituramos concreto en gránulos que se utilizan para producir la misma pared o una más fuerte.

Esto es diferente en una economía lineal. Un sistema ecoeficiente generalmente funciona en el ciclo descendente: un producto (parte de un) se reutiliza para una aplicación de baja calidad que reduce el valor del material y dificulta la reutilización del flujo de material nuevamente (Bocken, Bakker & De Pauw, 2015; Fundación Ellen MacArthur, 2014).

Por ejemplo: los residuos de hormigón se procesan en asfalto en la superficie de la carretera. Este asfalto tiene un valor más bajo y es más difícil procesarlo y/o usarlo nuevamente.

Otros modelos de negocio

Un modelo lineal trata las materias primas de manera ineficiente, porque el énfasis no está en su conservación.

En una economía circular, este es el enfoque.

Esto significa que también se utilizan otros modelos de negocio en una economía circular, con más énfasis en los servicios que en los productos. Un ejemplo de un modelo que facilita la transición a la economía circular es una combinación de producto-servicio (Product-As-A-Service System), que se ve como un modelo para integrar

productos y servicios (Michelini, Moraes & Cunha et al. , 2017). Un ejemplo generalizado de una combinación de producto y servicio es el sistema de impresión Xerox, en el que las empresas reciben una impresora gratis y pagan por copia. Este sistema encaja bien dentro de la economía circular, ya que como fabricante, Xerox tiene interés en garantizar que la impresora dure mucho tiempo, al poder repararla y actualizarla. En el sistema de ventas lineal, el fabricante a menudo se beneficia si el producto se descompone rápidamente para poder vender un producto nuevo.

La diferencia entre una economía lineal y circular

	LINEAL	**CIRCULAR**
plan de pasos	Tomar-hacer-desechar	Reduzca la reutilización reciclan
Enfoque	Ecoeficiencia	Eco-Efectividad
Límites del sistema	Corto plazo, desde la compra hasta la venta	Largo plazo, múltiples ciclos de vida.
Reutilizar	Downcycling	Upcycling, cascada y reciclaje de alto grado
modelo de negocio	Se enfoca en productos	Se centra en los servicios

¿Cuál es el papel de la educación?

La transición a una economía circular tiene mucho que ganar con una buena educación; personas a las que se les enseña a pensar y actuar de manera circular. Una economía circular cambiará el mercado laboral. Una economía circular contará con una gran industria de servicios debido al aumento en la demanda de servicios relacionados con la reutilización y reparación de productos. También es vital que los

diseñadores de productos lleven las ideas circulares de la práctica a la realidad. Para aplicar estos principios en la práctica, la educación incorpora y enseña estos principios también, en todas las especializaciones.

La cooperativa Leren voor Morgen (Learning for Tomorrow) es un grupo de organizaciones colaboradoras comprometidas con el aprendizaje para el desarrollo sostenible. Encargado por el Ministerio de Infraestructura y Gestión del Agua, Leren voor Morgen ha lanzado un programa de varios años para identificar, desarrollar e incorporar habilidades circulares en la educación vocacional: Habilidades circulares. El programa se centra primero en el sector de la construcción y las instalaciones y luego en otros sectores. Puede encontrar más información sobre Leren voor Morgen en su sitio web. https://lerenvoormorgen.org/en/

La Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (CEPE), Estrategia para la Educación para el Desarrollo Sostenible, publicó un informe titulado "Aprender para el futuro" que detalla las competencias de los educadores. Estas competencias deben verse como una "meta a la que todos los educadores deben aspirar". Su objetivo es proporcionar un marco para el desarrollo profesional de los educadores.

Referencias:

(1) Gabriele Turco, "Economía circular: definición y políticas europeas", Ius in itinere, 22 de diciembre de 2020. Disponible en:https://www.iusinitinere.it/economia-circolare-definizione-e-politiche-europee-33885, consultado en julio de 2021;

(2) cfr. Peter Lacy, Jakob Rutqvist y Beatrice Lamonica, "Economía circular: del desperdicio al valor", EGEA, Milán, 2016;

(3) cfr. Lacy, Rutqvist y Lamonica, "Economía circular", cit.;

(4) el clásico ejemplo del "vacío retornable" con el que se devuelve una botella vacía al punto de venta, para que pueda ser rellenada

Análisis de partes interesadas

El establecimiento de modelos de negocios circulares subraya la importancia de las relaciones con las partes interesadas, cuyas expectativas son muy relevantes para la formulación de una estrategia exitosa (Hienerth et al., 2011; Horisch et al., 2014); de hecho, estas condiciones son esenciales para el crecimiento de la empresa en el mediano y largo plazo (Salvioni et al., 2019).

Por lo tanto, el "compromiso de las partes interesadas" (Freeman, 1994; Mitchell et al., 1997; Greenwood, 2007; Barone et al., 2013) puede contribuir a la implementación de modelos comerciales circulares. Dicho compromiso puede ayudar a las empresas a identificar las expectativas de las partes interesadas y promover su cumplimiento; en

este sentido, es crucial prevenir posibles efectos negativos por la falta de un diálogo efectivo (Cumming, 2001).

Este enfoque requiere el mapeo y clasificación preliminar de los actores, así como la consecuente selección de las formas más convenientes de interacción (Gable, 2005).

El estándar formulado por AccountAbility establece que con referencia al nivel de compromiso (bajo, medio o alto) y la naturaleza de la relación (corto, mediano o largo plazo), el compromiso debe garantizarse a través de varios enfoques de comunicación (enumerados a continuación), que difieren en términos de eficacia y omnipresencia.

- ✓ **Permanecer pasivo: no se requiere una comunicación activa y el compromiso se basa principalmente en cartas, medios de comunicación y sitios web.**
- ✓ **Monitor: comunicación unidireccional (del interesado al**organización) tiene lugar a través del seguimiento de los medios de comunicación y de Internet, y se incluyen en esta categoría informes de segunda mano de otras partes interesadas, posiblemente a través de entrevistas específicas.
- ✓ **Defensor: Comunicación unidireccional (desde el**organizacióna la parte interesada) ocurre a través de la presión sobre los organismos reguladores, los esfuerzos de cabildeo y otros esfuerzos de promoción a través de las redes sociales.
- ✓ **Informar: La comunicación unidireccional (de la organización a las partes interesadas) se lleva a cabo a través de boletines y cartas, folletos, informes y sitios web, discursos, conferencias y presentaciones públicas.**
- ✓ **Transact: el compromiso bidireccional limitado se lleva a cabo a través de asociaciones público-privadas, iniciativas de financiación privada, disposiciones de subvenciones y marketing relacionado con una causa.**
- ✓ **Consulta: se produce un compromiso bidireccional limitado, en el que la organización hace preguntas y las partes interesadas las responden. Este enfoque se basa en encuestas, grupos focales, reuniones con partes interesadas seleccionadas, reuniones públicas y talleres.**
- ✓ **Negociar: se produce un compromiso bidireccional limitado para las discusiones sobre un tema específico o una variedad de temas, con el objetivo de llegar a un consenso. Este compromiso implica principalmente la negociación colectiva con los trabajadores a través de sus sindicatos.**
- ✓ **Involucrar: se produce un compromiso bidireccional o multidireccional, que implica el aprendizaje de todos los lados, pero las partes interesadas y la organización actúan de forma independiente a través de foros de múltiples partes interesadas, paneles asesores, procesos de creación de consenso, grupos focales y herramientas de participación en línea.**

- ✓ Colaborar: se lleva a cabo un compromiso bidireccional o multidireccional que conduce al aprendizaje conjunto y la toma de decisiones a través de proyectos conjuntos, empresas conjuntas, asociaciones, iniciativas de múltiples partes interesadas y plataformas de colaboración en línea; y
- ✓ Empoderar: Las partes interesadas juegan un papel relevante en la configuración de las agendas organizacionales; por lo tanto, su compromiso es un aspecto clave en el gobierno, la estrategia y las operaciones de la empresa (AccountAbility, 2015).

Compromiso de las partes interesadas y modelos comerciales circulares

La participación de las partes interesadas también se enfatiza en algunos marcos internacionales (Ellen McArthur Foundation, 2013; Accenture, 2014), lo que indica claramente cómo las empresas deben repensar sus modelos comerciales al implementar los principios de la economía circular. Tal énfasis apunta al uso estratégico de los recursos y la protección del medio ambiente, que se ve cada vez más afectado negativamente por la degradación del suelo, la acidificación del agua, la contaminación del aire, la generación de desechos y las emisiones de carbono. De hecho, se cree que tres de los nueve llamados "límites planetarios clave", a saber, el cambio climático, la tasa de pérdida de biodiversidad y la interferencia humana con el ciclo del nitrógeno, son los más afectados (Steffen et al., 2015).

La capacidad de crear valor está asociada principalmente a los siguientes aspectos:

a. reorientación del consumo hacia un comportamiento más responsable/consciente del medio ambiente,
b. uso preferencial de recursos sostenibles y renovables,
c. adopción de medidas que alargan los ciclos de vida de los productos/servicios,
d. introducción de normas (fiscales y no fiscales) que favorezcan la conservación del entorno natural,
e. formulación de leyes específicas destinadas a promover la circularidad de productos/servicios (p. ej., eliminación de pilas, embalajes y textiles),
f. promoción de procesos de ecoinnovación,
g. desarrollo de capacidades técnicas específicas (green skills) y perfiles especializados
h. en el ámbito de la economía circular (por ejemplo, gerente de economía circular) para adaptar el
i. estructura organizativa a las nuevas necesidades estratégicas,
j. reducción de residuos y reconversión a recursos secundarios,
k. orientación de la empresa hacia los principios de responsabilidad social corporativa, desarrollo sostenible y neutralidad climática, y
l. difusión de una cultura organizacional basada en la protección de los ecosistemas y la biodiversidad.

Dentro de los modelos de negocios circulares, la optimización del desempeño de la empresa requiere de las contribuciones de los diferentes stakeholders de acuerdo a sus roles y capacidades específicas.

Las empresas deben garantizar la participación de las partes interesadas relevantes antes de seleccionar los objetivos estratégicos e implementar estrategias.

De hecho, la participación de las partes interesadas clave es una condición necesaria para la implementación de decisiones relacionadas con la economía circular, cuyos principios generalmente se basan en comportamientos responsables y éticos de las partes interesadas.

Por lo tanto, la necesidad de involucrar a las partes interesadas, tanto internas como externas, aumenta con el tiempo; en particular, la atención debe centrarse en grupos específicos, como se explica a continuación.

- ✓ **Consumidores: su compromiso es fundamental, tanto para entender sus expectativas como para**orientando hacia las prácticas virtuosas del consumo responsable e informado. Las prácticas de participación eficaces deben garantizar la difusión y el intercambio de información necesaria para identificar las oportunidades disponibles para el uso a largo plazo de los materiales (mantenimiento, reutilización, renovación, reciclaje, etc.) y compartir el uso con otros grupos de usuarios. En particular, la reutilización de productos implica cambiar el papel del consumidor al de un proveedor potencial. Además, la participación del consumidor puede servir como fuente de aprendizaje e innovación siempre que desempeñe el papel de coproductor en línea con el enfoque de participación proactiva (Kozlowski, 2018; Tolkamp et al., 2018).
- ✓ **Proveedores: los proveedores proporcionan materias primas, que se pueden categorizar como nutrientes biológicos o técnicos en referencia a los dos componentes principales del ecosistema (la biosfera y la tecnosfera, respectivamente). La participación de los proveedores debe promover el intercambio y la alineación de valores entre proveedores y clientes para garantizar que las adquisiciones se realicen de acuerdo con los principios de circularidad y sostenibilidad (es decir, preferir recursos renovables y de bajo impacto socioambiental). Por lo tanto, el compromiso de los proveedores debe basarse en compartir los objetivos de economía circular de la empresa, así como su orientación hacia la elección de materiales renovables.**
- ✓ **Gobierno: el gobierno debe fomentar la participación para facilitar la comprensión de las necesidades de la empresa y las dificultades para implementar la transición hacia la economía circular. En este contexto, los gobiernos pueden introducir medidas específicas (subvenciones, incentivos, exenciones fiscales y financiación de ideas de puesta en marcha) para apoyar soluciones innovadoras para la protección del medio ambiente.**
- ✓ **Socios de la industria: la participación de socios de la industria puede producir efectos positivos específicos dentro de la economía circular en términos de economías de escala, costos rentables y distribución de riesgos, posibles ventajas logísticas y un mejor posicionamiento competitivo. El involucramiento y diálogo de estos grupos de interés debe realizarse analizando y compartiendo los objetivos estratégicos de la empresa, involucrando a los representantes de la**

Commented [1]: orientando

industria y velando por el cumplimiento de los principios de competencia justa y transparencia.

- ✓ **Universidades y centros de investigación: el mundo académico apuesta por la investigación, que es una potencial condición de innovación para las empresas que deciden renovar sus modelos de negocio. Es importante establecer relaciones a través del diálogo y las interacciones a largo plazo destinadas a compartir conocimientos y seleccionar formas efectivas de introducir productos/servicios circulares innovadores.**
- ✓ **Empleados: los empleados deben estar comprometidos para garantizar el desarrollo de nuevas habilidades, así como para remodelar los valores y principios éticos del sistema cultural de la empresa. El compromiso de los empleados puede promover el establecimiento de procesos innovadores destinados a reducir los impactos negativos en el ecosistema. Además, dicho compromiso respalda la implementación de la organización de los objetivos de la economía circular seleccionados por los órganos de gobierno para promover la reutilización y el reciclaje por parte de los consumidores.**
- ✓ Inversores: el apoyo financiero de los inversores a las decisiones estratégicas de una empresa se basa en la comunicación y puesta en común de sus objetivos estratégicos. En particular, el proceso de involucramiento de inversionistas es relevante para casos con propiedad muy fragmentada ((en términos de la relación entre los accionistas y la administración).

La participación de las partes interesadas está asumiendo una relevancia cada vez mayor como un enfoque que respalda el éxito de los modelos comerciales circulares. De hecho, la capacidad de la empresa para escuchar e involucrar a los grupos de interés relevantes y la posibilidad de crear valor en el largo plazo están directamente relacionadas con el establecimiento de relaciones positivas basadas en la confianza, el consentimiento y el intercambio de principios y comportamientos.

La capacidad de integrar los objetivos estratégicos seleccionados con la participación de los stakeholders es un desafío clave para las empresas que deciden implementar modelos de negocios circulares.Las empresas deben desarrollar la capacidad de identificar, escuchar e involucrarse con los grupos de interés realmente relevantes para la implementación de su estrategia, considerando las nuevas condiciones que implica el modelo de economía circular.

En este sentido, este estudio subraya la relevancia estratégica de involucrar a partes interesadas específicas para establecer modelos comerciales exitosos, al mismo tiempo que subraya la necesidad de investigar mejor los comportamientos de la empresa a través de un análisis empírico más amplio.

Referencias:

Aboulamer, A. (2017). "La adopción de un modelo de negocio circular mejora el valor de las acciones de mercado". Thunderbird International Business Review, 60(5), 765-769.

http://dx.doi.org/10.1002/tie.21922

Acento (2014). "Ventaja circular. Modelos de negocio y tecnologías innovadoras para crear valor en un mundo sin límites de crecimiento".

Responsabilidad (2015). AA1000. Estándar de participación de las partes interesadas

Delery, JE y Doty, DH (1996). "Modos de teorizar en la gestión estratégica de recursos humanos: prueba de predicciones de desempeño universalistas, de contingencia y configuracionales". Revista de la Academia de Administración, (39), 802-35

Implicaciones legales y barreras en cada país

Hay varias medidas políticas que estimulan una economía circular,

Para cambiar a una economía circular, el gobierno central y otros gobiernos están implementando varias medidas.

Por ejemplo, el gobierno centralde los Países Bajosha puesto en marcha la Versnellingshuis Nederland Circular, ha concluido varios Acuerdos Verdes y ha lanzado los programas Van Afval Naar Grondstof (VANG) y Ruimte in Regelels voor Groene Groei (Espacio en Reglas para el Crecimiento Verde).

En 2019, el gobierno central y varios socios establecieron Versnellingshuis Nederland Circulair (Acceleration House Netherlands Circular) para ayudar a los empresarios a ampliar los modelos comerciales circulares. Los empresarios pueden hacer preguntas sobre conocimientos, financiación y legislación y normativa.

¿Qué políticas siguen siendo necesarias?

Con políticas adicionales y, a veces, diferentes, el gobierno holandés (por ejemplo) puede promover aún mejor la transición a la economía circular.

Por ejemplo, las definiciones de residuos y materias primas en la legislación y los reglamentos han quedado obsoletas. Además, las medidas de política aún se enfocan principalmente en el reciclaje y las asociaciones tradicionales, y aún no se ha logrado un cambio de impuestos de la mano de obra a las materias primas. Además del nivel nacional, es importante que los gobiernos holandés y europeo continúen manifestándose internacionalmente por la economía circular. En todo el mundo, la cantidad de materias primas extraídas sigue aumentando cada año.

En octubre de 2019, el Task Force Waste Review publicó su informe sobre las barreras regulatorias y legislativas a la economía circular. La observación más importante realizada por el Grupo de Trabajo fue que los obstáculos no se encuentran tanto en la legislación y los reglamentos, sino en su mayor parte en su implementación. Las reglas a menudo no se interpretan de la misma manera; experimentar con nuevos procesos de producción a veces es difícil. El Grupo de Trabajo ve que, como resultado, las iniciativas siguen siendo de pequeña escala, mientras que ahora se debe dar el paso hacia procesos innovadores cada vez más extensos.

¿Qué subvenciones están disponibles para negocios circulares?

Tanto los Países Bajos como la UE ofrecen varios tipos de subvenciones para empresarios, gobiernos e instituciones financieras.

Hay muchos fondos que apoyan a los emprendedores sociales en el desarrollo o expansión de un producto o empresa circular. Además de los fondos, también existen inversores y plataformas de crowdfunding que pueden ofrecer una solución. La red Social Enterprise NL ha agrupado estos servicios para "Producción circular y sostenible" en su Herramienta financiera.

Las innovaciones técnicas se promueven en cada sector empresarial, ya que las empresas de todos los tamaños pueden utilizar los subsidios de WBSO y RDA para reducir la carga financiera de los proyectos de I+D. WBSO reduce los costos laborales y la RDA proporciona una deducción adicional para otros gastos y gastos del proyecto. Además de las empresas WBSO y RDA, también pueden utilizar Innovatiebox (caja de innovación).

El Innovatiekrediet (Crédito de innovación) está destinado a la brecha en el mercado de capitales donde los empresarios están tratando de hacer que su concepto innovador funcione, pero aún no pueden vender el producto. El crédito conlleva riesgos y solo debe devolverse si la innovación tiene éxito. Además de las subvenciones, el Ministerio de Asuntos Económicos garantiza en parte a las empresas que desean obtener un préstamo, pero no pueden ofrecer al banco la seguridad suficiente de que lo devolverán. Las pymes pueden utilizar Borgstelling MKB Kredieten (BMKB; Garantía de préstamos para pymes) y las medianas y grandes empresas pueden utilizar Garantie Ondernemingsfinanciering (GO; Esquema de garantía)

Ejemplos prácticos sobre cómo las empresas diseñan estructuras y estrategias comerciales para hacer el cambio a CE

El tema crucial del diseño para prolongar la vida útil de los productos, para la reutilización y el reciclaje, y el de las materias primas secundarias que forman el corazón de la economía circular no solo ofrecen eficiencias y sinergias entre las cadenas de suministro, sino también nuevas oportunidades para el ingenio italiano y creatividad, como muestra claramente la sección transversal de la fabricación circular italiana en las siguientes páginas.

Estamos hablando de nuevos procesos, nuevos productos, nuevas habilidades que las universidades están creando e introduciendo en el mercado para que las utilicen las empresas.

Por lo tanto, la economía circular, que abarca muchos frentes diferentes, ofrece un nuevo elemento vital para la economía verde y la fabricación italiana.

Gradualmente, la difusión del enfoque circular permitirá que cada vez más empresas se liberen de la dependencia de los costosos recursos vírgenes, al mismo tiempo que aumentan la resiliencia y la competitividad: esto favorecerá su adopción estratégica de negocios sostenibles y la creación de valor compartido para la sociedad.

Las historias que se cuentan a continuación demuestran cómo los principios de la economía circular generan innovación a todos los niveles: en Empresas,

Start-ups, Fundaciones, Centros de Investigación, Universidades, Consorcios y Asociaciones… todos ellos comparten la misma pasión por la innovación y un futuro mejor.

Historia del caso

ABOCA

Brindar beneficios para la salud del cuerpo con productos naturales que regresan a la naturaleza después de su uso, sin dejar un solo rastro de sustancias no naturales ni en el cuerpo humano ni en el medio ambiente.

Esa es la misión de Aboca: una empresa basada en la filosofía de la circularidad.

Líder en Italia y en el mundo en productos de salud y bienestar a base de hierbas medicinales, lanzado cerca de Arezzo en 1978 gracias a la intuición de Valentino Mercati, inspirado en la profunda conexión entre la salud humana y la ambiental. Mercati entendió que la innovación puede surgir de la combinación del legado de una historia milenaria con el potencial que ofrecen los nuevos descubrimientos científicos y tecnológicos. Creó una cadena de producción ininterrumpida, que se extiende desde la producción de ingredientes básicos derivados exclusivamente de hierbas cultivadas orgánicamente hasta la prueba de los efectos clínicos y farmacéuticos de los productos finales: 1.400 hectáreas de tierra cultivada orgánicamente, 80 especies de plantas, 1.300 empleados, 33 familias de patentes internacionales, 14 países importando sus productos, y, a diferencia de otros productos farmacéuticos, cero moléculas sintéticas no biodegradables en sus preparados. Además, Aboca reutiliza todos los residuos y aguas residuales que se producen: ya sea como fertilizante o para alimentación animal.

Sitografía fuente:

www.aboca.com

ALISEA

En una economía circular, el valor de los residuos de una empresa depende de cómo otra empresa pueda aprovecharlos.

Alisea hace tangible este valor poniendo en contacto a empresas productoras de residuos con aquellas que tienen ideas de aprovechamiento de residuos. Muchas empresas confían a Alisea la fabricación de merchandising personalizado a partir de materiales reciclados, reinterpretados de forma única por diseñadores y artesanos italianos.

Fundada en 1994, la empresa con sede en la provincia de Vicenza fabrica objetos a partir de residuos industriales y residuos clasificados.

Incluso remodelados para otros usos, estos objetos conservan una especie de memoria de su identidad original. ¿Un ejemplo? Perpetua, el lápiz sin borde de madera, fabricado en un 80 % con grafito reciclado (de lo contrario destinado a vertederos) que nunca se rompe y continúa escribiendo incluso cuando está desafilado.

El empaque que lo acompaña es su tarjeta de identificación, porque destaca el origen de la materia prima empleada. Su mensaje pro-innovador y pro-ambiental no se canaliza únicamente a través de su papel de gadget personalizado de empresa: En 2017 acabó en manos de los líderes mundiales... elegido como regalo de Italia, país anfitrión, a todos las delegaciones en la cumbre del G7 en Taormina, Sicilia.

Sitografía fuente:

www.alisea.it

AMATISTA

El agua es el más circular de todos los recursos naturales pero cuando se contamina durante su ciclo, su potencial de reutilización -y por tanto su vocación de circularidad- se ve seriamente comprometida. Con el objetivo de abordar un problema que está causando daños permanentes al medio ambiente, Amethyst ha creado una solución innovadora para purificar las aguas residuales, inspirada en la naturaleza. Su tecnología Zeofito, que ganó el premio "Mejor innovación para la ecosostenibilidad y el medio ambiente" en la feria Ecomondo de Rimini en 2016, es un sistema de fitodepuración biotecnológico patentado que utiliza roca volcánica porosa, especies vegetales como juncos de pantano y microorganismos seleccionados según el tipo de contaminación del agua a tratar.

Este sistema es especialmente útil para empresas vinícolas que generan grandes cantidades de aguas residuales, especialmente durante la época de vendimia. Los principales clientes de Amethyst incluyen Antinori, Banfi y Planeta. En 2016, la empresa con sede en Alba (CN), tras lanzar WIDE (Wine Design), un proyecto conjunto con Pininfarina para el diseño de bodegas ecosostenibles, se unió a otras partes para lanzar la Asociación WISE (Wide Innovation for Sustainable Environment), que trabaja para difundir la cultura de la ecosostenibilidad y la circularidad en la agroindustria.

Sitografía de origen:

www.amatista.it

ASTELAV

Una segunda vida para los electrodomésticos y para las personas. Ese es el objetivo de RIGENERACIÓN, el proyecto lanzado por Astelav en sociedad con Sermig. Astelav distribuye repuestos para electrodomésticos desde 1963. Fundada por Giorgio Bertolino, Astelav se ha convertido en uno de los principales distribuidores europeos de repuestos para electrodomésticos. Con un inventario de 25.000 artículos diferentes en un almacén de 7.000 m2, Astelav envía alrededor de 200 pedidos al día en Italia y a 75 países en todo el mundo.

Junto con Sermig (Servicio Misionero de la Juventud de Turín), Astelav aprovecha su experiencia en repuestos para restaurar grandes electrodomésticos desechados como lavadoras, lavavajillas, refrigeradores y hornos que de otro modo se convertirían en residuos RAEE destinados a vertederos. En talleres dedicados, utilizando técnicos especialistas y repuestos exclusivamente originales, RIGENERATION da una segunda vida a los electrodomésticos, que se pueden comprar, incluso a través del sitio web www.ri-generation.com, por menos de la mitad de precio y con un año. garantía. El proyecto está dinamizando no solo los electrodomésticos sino también las personas, al dar trabajo a personas necesitadas, que tienen la oportunidad de aprender un oficio en los talleres de RIGENERACIÓN.

Sitografía fuente:www.astelav.com

BIONAP

La innovación también significa mirar donde otros no lo hacen: lo que se descarta. Tomemos la planta de bergamota, por ejemplo: normalmente esta se usa solo por su preciado aceite esencial, obtenido por prensado en frío de la piel de su fruto. El resto de la planta siempre se ha tirado. Eso es lo que Bionap decidió usar: del jugo de bergamota extrae flavonoides (compuestos polifenólicos) que ayudan a controlar el llamado colesterol "malo" (Ldl) en la sangre humana. Bionap es una empresa italiana que se

especializa en la producción de extractos derivados de plantas y frutas mediterráneas, especialmente de Sicilia. Sus productos de kilómetro cero se utilizan en los sectores de complementos alimenticios, nutracéuticos y cosméticos. Desde su base en Belpasso (Provincia de Catania), Bionap crea productos utilizados para aliviar la irritación intestinal, hechos de hojas de alcachofa. También ofrece un extracto patentado obtenido de hojas de olivo podadas y almohadillas de tuna que beneficia la mucosa del sistema digestivo y alivia los trastornos gástricos. Luego están sus productos cosméticos: por ejemplo, Bionap ha desarrollado un producto que utiliza el jugo de las almohadillas de tuna para ayudar en los procesos de cicatrización de heridas leves y para hidratar la piel.

Sitografía de origen:

www.bionap.it

CNR

El desafío que plantea la economía circular es algo que el Consejo Nacional de Investigación de Italia, el CNR, no podía dejar de abordar. Los institutos de investigación vinculados al CNR han participado en proyectos relacionados con la circularidad de materiales y la reutilización de residuos. El ITIA - Istituto di Tecnologie Industriali e Automazione - ha desarrollado una planta piloto con tecnologías innovadoras para la gestión del fin de vida de los productos mecatrónicos: reparación, refabricación, reutilización y recuperación de materiales.

El ISTM - Istituto di Scienze e Tecnologie Molecolari - en colaboración con el Istituto per lo Studio delle Macromolecole (ISMAC), ha presentado el proyecto RiceRes, diseñado para valorizar los residuos de la producción de arroz. Por cada tonelada de arroz se desechan 70 kg de cascarilla y 200 kg de cascarilla respectivamente durante el proceso de blanqueo, mientras que 1,35 toneladas de paja se abandonan en el suelo. En su lugar, se puede utilizar la biomasa destinada a ser quemada o enterrada: la paja puede mejorar las propiedades mecánicas de diversos materiales aislantes; la biosílice se puede obtener de la cáscara para su uso en la preparación de bioplásticos; gracias a una tecnología desarrollada por los investigadores, se puede extraer un aceite de la paja, que se puede utilizar en la preparación de bioadhesivos y productos para productos químicos, alimentarios y cosméticos.

Sitografía de origen:

http://www.bi.ismac.cnr.it/

http://www.istm.cnr.it/

https://www.cnr.it/it/istituto/103/istituto-di-sistemi-e-tecnologie-industriali-intelligenti-per-il-manifatturiero-avanzato-stiima

EATALY

Un nombre que se ha convertido en sinónimo de buena comida, cultura gastronómica y especialidades típicas italianas en todo el mundo. A lo largo de los años, Eataly se ha convertido en una especie de tarjeta de presentación de la comida italiana y de la creatividad y habilidad italianas en general. Vender productos típicos implica respetar sus orígenes locales y, por lo tanto, significa apoyar las áreas y contextos que les dieron origen. Por eso, desde el año 2016, Eataly ha desplegado en sus puntos de venta 'siete movimientos' para reducir los residuos y facilitar su reciclaje o eliminación.

El "Obiettivo Rifiuti Zero" es un proyecto de formación e información que Eataly ofrece a sus empleados y clientes, con el fin de promover el reciclaje y la reutilización de materiales de desecho.Esto incluye la clasificación diferenciada de residuos en tiendas minoristas, cocinas, almacenes y espacios públicos de la empresa, e iniciativas de reciclaje en las que los residuos orgánicos se transforman en suelo enriquecido y otros materiales de desecho se convierten en nuevos objetos. Para envolver productos alimenticios comprados y para contextos de envasado y consumo de alimentos, Eataly utiliza Mater-Bi, un bioplástico fabricado por Novamont que es biodegradable y compostable como sustancia orgánica. Bolsas, cubiertos, platos y vasos, envases para productos frescos, guantes: todos estos productos ya no acaban en los vertederos, sino que "vuelven a la circulación". Una iniciativa que se lanzó primero en Italia y posteriormente involucró a los sitios de Eataly en los Estados Unidos y, más recientemente, en Rusia.

Sitografía fuente:

https://www.eataly.com/us_en

Fuente principal Sitografía:

https://www.italiacircolare.it/it-it/tag-100-italian-circular-economy-stories.aspx

"100 HISTORIAS DE ECONOMÍA CIRCULAR ITALIANAS"

Referencias:

1) ABN AMRO. (2015). Guía de Economía Circular – Wegwijzer Circulair Ondernemen. Obtenido dehttps://www.abnamro.com/nl/images/Documents/040_Duurzaamheid/Publications/ABN_AMRO_Circular_Economy_Guide.pdf
2) Acento. (2014). Ventaja Circular: Modelos de negocio y tecnologías innovadoras para crear valor en un mundo sin límites de crecimiento.
3) Achterberg, E., Hinfelaar, J. y Bocken, N. (2016). Master Circular Business con Value Hill, 1–16.
4) Grupo Aldersgate. (2012). Resiliencia en la ronda: aprovechar las oportunidades de crecimiento de una economía circular.
5) Allwood, JM (2014). Squaring the Circular Economy: el papel del reciclaje dentro de una jerarquía de estrategias de gestión de materiales. En Manual de Reciclaje (págs. 445–477). Elsevier.
6) Andersen, MS (2006). Una nota introductoria sobre la economía ambiental de la economía circular. Ciencia de la sostenibilidad, 2(1), 133–140. https://doi.org/10.1007/s11625-006-0013-6
7) Appelepap, A. (2016), De cirkel es redondo
8) Auping. (2019). Premio circular auping win business 2019.
9) Bakker, CA, den Hollander, MC, van Hinte, E. y Zijlstra, Y. (2014). Productos que duran: diseño de productos para modelos comerciales circulares. Delft: Biblioteca TU Delft.
10) Bastein, T., Roelofs, E., Rietveld, E. y Hoogendoorn, A. (2013). Kansen voor de circulaire economie en Holanda. TNO
11) Ergonomía BMA. (2019). Buróstoelen circulares.
12) Bocken, NMP, Bakker, C. y Pauw, I. De. (2015). Diseño de productos y estrategias de modelo de negocio para una economía circular. En la Conferencia de Diseño y Fabricación Sostenible, del 12 al 14 de abril. Sevilla, España.
13) Bocken, NMP, Short, SW, Rana, P. y Evans, S. (2014). Una revisión de la literatura y la práctica para desarrollar arquetipos de modelos de negocios sostenibles. Revista de Producción más Limpia, 65, 42–56.
14) Boons, F., Montalvo, C., Quist, J. y Wagner, M. (2013). Innovación sostenible, modelos de negocio y desempeño económico: una visión general. Revista de Producción más Limpia, 45, 1–8.
15) Braungart, M., McDonough, W. y Bollinger, A. (2007). Diseño de la cuna a la cuna: creación de emisiones saludables: una estrategia para el diseño de sistemas y productos ecoeficaces. Revista de producción más limpia, 15 (13–14), 1337–1348.
16) Casado Vara et al. (2018). Cómo blockchain mejora la cadena de suministro: estudio de caso cadena de suministro alimentario.
17) CBS. (2013). Supervisar materialalstromen.

18) CBS, 2019. Materiaalmonitor 2016 – Technische toelichting
19) Circle Laboratorio de Economía y Finanzas Sostenibles. (2016). Domine el negocio circular con la colina de valor.
20) Economía circular, PGGM, KPMG, BERD y WBCSD. (2018a). Riesgos Lineales.
21) Economía circular. (2019). Informe de la brecha de la circularidad 2019
22) Ciudad de Ámsterdam. (2014). Hacia la Economía Circular de Ámsterdam. Obtenido de www.amsterdam.nl/duurzaam
23) CIWM. (2014). La economía circular : ¿Qué significa para el sector de la gestión de residuos y recursos? Obtenido dehttp://www.ciwm-journal.co.uk/downloads/CIWM_Circular_Economy_Report-FULL_FINAL_Oct_2014.pdf
24) Clavreul, Butnar, Rubio & King (2017) Variabilidad intra e interanual de las huellas de carbono agrícolas: un estudio de caso sobre tomates cultivados en el campo.
25) Cobre 8. (2018). Circulair-Inkopen-in-8-stappen.
26) DEFRA. (2012). Plan de acción de seguridad de los recursos : Aprovechar al máximo los materiales valiosos.
27) Fundación Ellen Macarthur. (2013). Hacia la Economía Circular: Justificación económica y empresarial para una transición acelerada.
28) Fundación Ellen Macarthur. (2014). Hacia la Economía Circular: Acelerar la expansión en las cadenas de suministro globales.
29) Fundación Ellen MacArthur. (2015). Hacia una economía circular: Justificación empresarial para una transición acelerada
30) Fundación Ellen MacArthur, 2015b
31) Fundación Ellen MacArthur. (2015b). Crecimiento interno: una visión de economía circular para una Europa competitiva.
32) Fundación Ellen MacArthur, 2015c
33) Fundación Ellen MacArthur. (2015). Entregando la economía circular: un conjunto de herramientas para los formuladores de políticas.
34) Fundación Ellen MacArthur, 2016
35) Fundación Ellen Macarthur. (2016). Activos inteligentes: liberando el potencial de la economía circular.
36) Fundación Ellen MacArthur, 2018
37) Fundación Ellen MacArthur. (2018). Escocia: hacer que las cosas duren: una estrategia de economía circular.
38) Fundación Ellen MacArthur, 2011
39) Fundación Ellen MacArthur. (2011) Repensar el progreso: la economía circular.
40) ESA, 2012
41) ESA. (2013). Hacia el crecimiento: una ruta práctica hacia una economía circular.

Obtenido dehttp://www.esauk.org/esa_reports/Circular_Economy_Report_FINAL_High_Res_For_Release.pdf

42) Comisión Europea, 2014. Estudio de alcance para identificar posibles acciones de economía circular, sectores prioritarios, flujos de materiales y cadenas de valor. Comisión Europea.https://doi.org/10.2779/29525
43) Comisión Europea, 2016. Closing the loop Nuevo paquete de economía circular. Obtenido de http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm
44) Comisión Europea, 2018. Informe sobre materias primas críticas y economía circular.
45) Comisión Europea, 2019. Implementación del Plan de Acción de Economía Circular.
46) Comisión Europea, 2019. Naar een circulaire economie.
47) Genovese, A., Acquaye, AA, Figueroa, A., Koh, SCL, Gestión sostenible de la cadena de suministro y la transición hacia una economía circular: Evidencia y algunas aplicaciones, Omega, Volumen 66, Parte B, 2017, páginas 344-357
48) Acuerdo Verde. (2018). Ruim € 100 miljoen aan circulaire inkoopkracht in nieuwe Green Deal Circulair Inkopen.
49) Groothuis, F. (2014). Nueva era. Nuevo plan. Reformas fiscales para una economía circular e inclusiva. Estudio de caso de los Países Bajos. Austerlitz. Obtenido dehttp://www.ex-tax.com/files/4314/1693/7138/The_Extax_Project_New_Era_New_Plan_report.pdf
50) Haas, W., Krausmann, F., Wiedenhofer, D. y Heinz, M. (2015). ¿Qué tan circular es la economía global?: Una evaluación de los flujos de materiales, la producción de desechos y el reciclaje en la Unión Europea y el mundo en 2005. Journal of Industrial Ecology, 0(0), n/a/a.
51) Het Groene Brein, P+ People Planet Profit y Duurzaam Door. (2017). Rompimiento de puertas con barreras.
52) Het Groene Brein. (2019). Versnellingshuis Nederland circulair! gelanceerd
53) Islas, J. (2018). ¿Qué país está liderando el cambio a la economía circular?
54) Departamento de Economía de ING. (2015). Repensar las finanzas en una economía circular. Obtenido dehttps://www.ing.nl/media/ING_EZB_Financing-the-Circular-Economy_tcm162-84762.pdf
55) Jackson, T. (2011). Prosperidad sin crecimiento: economía para un planeta finito.
56) Jonker, J. y Dentchev, N. (2013). Modelado empresarial para la sostenibilidad: identificación de cinco principios de modelado y demostración de su papel y función en un estudio de caso exploratorio. En Actas de la 8.ª Conferencia Europea sobre Innovación y Emprendimiento: ECIE 2013. (págs. 340–346). Conferencias académicas limitadas.

57) Jordán. (2016). Construyendo una ventaja colaborativa dentro de una economía circular: recursos y capacidades interorganizacionales de una cadena de valor circular.
58) Joyce, Paquin y Pigneur. (2015). El lienzo del modelo de negocio de tres capas: una herramienta para diseñar modelos de negocio más sostenibles.
59) Kirchherr, J., Reike, D. y Hekkert, M. (2017). Recursos , Conservación y Reciclaje Conceptualización de la economía circular : Un análisis de 114 definiciones, 127 (abril), 221–232.http://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005
60) Kjaer, L., Pigosso, D., Niero, M., Bech, N. y McAloone, T. (2019). Sistemas de productos/servicios para una economía circular: ¿la ruta para desvincular el crecimiento económico del consumo de recursos? Revista de Ecología Industrial, 23(1), 22-35.
61) Kok, L., Wurpel, G. y Wolde, A. Ten. (2013). Liberar el poder de la economía circular. Informe de IMSA Amsterdam para Circle Economy. Obtenido dehttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Liberando+el+poder+de+la+economía+circular#2
62) Mentink, B. (2014). Modelo de negocio circular Innovación. Universidad Técnica de Delft.
63) Osterwalder, A., Pigneur, Y. y Tucci, C. . (2005). Clarificación de modelos de negocio: Orígenes, presente y futuro del concepto. Comunicaciones de la …, 15(mayo). Obtenido dehttp://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=3016&context=cais
64) Preston, F. (2012). documento informativo Un rediseño global ? Dando forma a la economía circular. Obtenido dehttps://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/Energy/Environment and Development/bp0312_preston.pdf
65) Romero-Hernández & Romero (2018) Maximizando el valor de los residuos: De la gestión de residuos a la economía circular.
66) Sitra. (2018). La economía circular: una fuerza poderosa para la mitigación climática.
67) Academias de las Artes y las Ciencias de Suiza. (2014). Economía Circular: Mejorando la Gestión de los Recursos Naturales. Obtenido dehttp://www.satw.ch/publikationen/schriften/kreislaufwirtschaft/a__circulareconomy_with_references_EN.pdf
68) Teece, DJ (2010). Modelos de Negocio, Estrategia de Negocio e Innovación. Planificación a largo plazo, 43(2–3), 172–194.

69) PNUMA. (2006). Economía Circular. Un modelo alternativo para el desarrollo económico., 7. Obtenido dehttp://www.unep.org/chinese/documents/final_circulareconomy_wholedoc.pdf
70) WBCSD. (2011). Colaboración, innovación, transformación: ideas e inspiración para acelerar el crecimiento sostenible: un enfoque de cadena de valor.
71) Foro NOSOTROS. (2017) Hacia la economía circular: aceleración de la ampliación en las cadenas de suministro mundiales.
72) Grupo de Trabajo FINANZAS. (2016). El dinero hace que el mundo gire: ¿y ayudará a que la economía también sea circular? Obtenido dehttps://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/ce100/FinanCE.pdf
73) Grupo de Trabajo FINANZAS. (2016). El dinero hace que el mundo gire: ¿y ayudará a que la economía también sea circular? Obtenido de http://sustainablefinancelab.nl/files/2016/04/FinanCE-Digital.pdfHeading 2Ejemplos prácticos sobre cómo las empresas diseñan estructuras y estrategias comerciales para hacer el cambio a CE