

ESPACIO JOVEN

Talleres de Innovación y Emprendedurismo desde el enfoque de la economía circular y empleos verdes

Empoderamiento juvenil
Socio-Productivo con igualdad de Oportunidades, en el contexto de los desafíos del Cambio Climático



Este documento fue elaborado en el marco del proyecto "ESPACCIO JOVEN. EMPODERAMIENTO JUVENIL SOCIO-PRODUCTIVO CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, EN EL CONTEXTO DE LOS DESAFÍOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO". CSOLA/2020/418-855.

Apoyo Técnico: Lic. Hermelinda Bogarín.

Actualizado en agosto de 2024

Modificado por Esmeralda Jamarlli Entrocassi.

Revisión y edición: Fulvio Gómez Cámpora.

Centro de Estudios Paraguayos Padre Antonio Guasch (CEPAG)

15 de agosto N°1850 casi séptima proyectada.

Asunción, Paraguay

Cepag@cepag.org.py

www.cepag.org.py

Este material fue elaborado:

Con el apoyo de



UNIÓN EUROPEA

«La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva del Centro de Estudios Paraguayos Padre Antonio Guasch (CEPAG) y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».

Índice

• Innovación ¿Cómo la definimos?	3
• Fuentes de innovación ¿Cuál es el origen de nuestras ideas?	5
• Emprendedorismo o Emprendedurismo	9
• ¿Qué es ser emprendedor?	10
• Perfil del emprendedor: ¿Me identifico?	13
• Ecosistema emprendedor	15
• Nuestro emprendimiento	16
• Metodología Canvas para proyectos ambientales o sustentables: preguntas guía.	19
• Análisis FODA para modelado de negocios	20
• Investigación de mercado.	21
• Ética y responsabilidad social cuando emprendemos ...	25
• Economía circular	26
• Trabajo de investigación del mercado	31
• Test de evaluación del emprendedor	33

Innovación ¿Cómo la definimos?

“proceso de creación de ideas originales que generan valor, social o económico, de forma sostenible” (Fundación Innovación , 2018).

“La introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios” (Mónica Yépez-Mora, 2019).

“Es la realización efectiva que logra un cambio en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido o funcionamiento” (Adair, Herrera y Gómez, 1992).

Tipos de innovación

A menudo se asocia la innovación con una actividad relacionada con la creatividad, el azar o la inspiración de un momento. Pero estos elementos, que pueden ser importantes para que se dé el proceso de innovación, son sólo algunos de los componentes que intervienen en dicho proceso (Cámara de Comercio de España , s.f.).

Crea nuevos recursos generadores de valor.

La innovación

Dota a los recursos existentes de potencial para generar valor.

La innovación se puede dar en:



En producto	Bienes y servicios	Introducción de un producto totalmente nuevo en el mercado o de mejoras leves/radicales en un producto existente
--------------------	--------------------	--

E
L
O
B
J
E
T
O

En proceso	TPP (Innovaciones Tecnológicas en Productos y Procesos)	Actividades de naturaleza muy diversa (científica, tecnológica, organizacional, financiera y comercial). Cualquier actividad empresarial (producción, organización, gestión, marketing, etc)
-------------------	--	--

En los mercados	Mercado de ventas	Consiste en crear, ampliar o segmentar los mercados de ventas y en crear o mejorar las fuentes de aprovisionamiento de materias primas y productos.
------------------------	-------------------	---



2

L A N O V E D A D

<p>Innovación radical</p>	<p>También llamadas básicas, primarias o totales, hacen referencia a productos o procesos totalmente nuevos, ya que presentan diferencias significativas en sus prestaciones, teóricas, componentes, sus utilizaciones, etc.</p>
<p>Innovación incrementada</p>	<p>Parciales, progresivas o secundarias son mejoras en productos o procesos ya existentes.</p>

3

FINALIDAD ESTRATÉGICA

Por características del mercado:

Implica desarrollar productos o servicios que respondan específicamente a las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores en ese mercado.

Por las características tecnológicas del sector

Se enfoca en utilizar las tecnologías más avanzadas o emergentes para desarrollar soluciones que ofrezcan una ventaja competitiva.

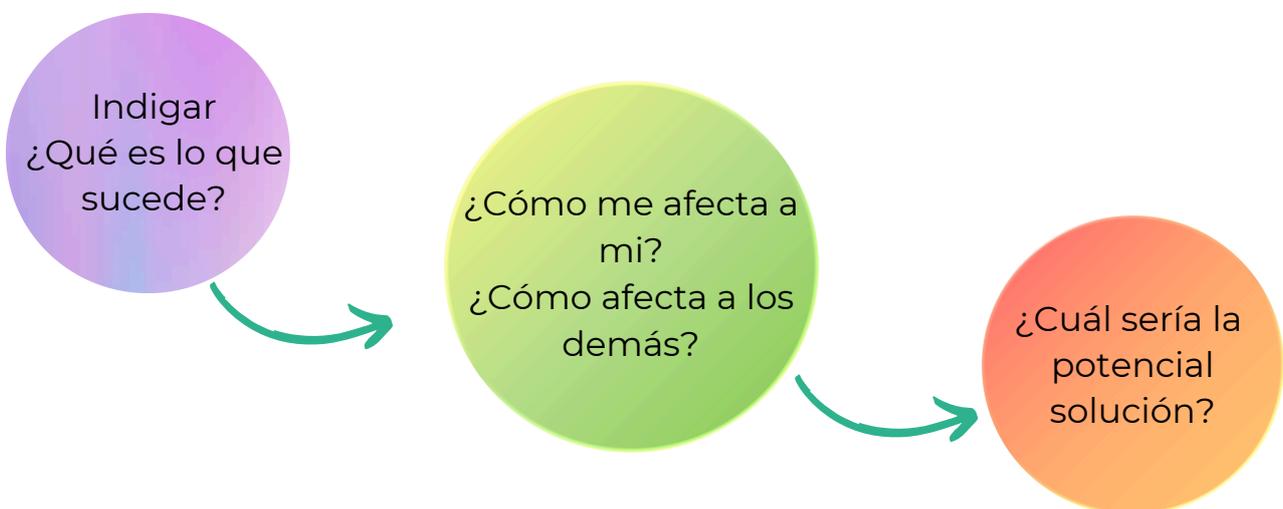
Fuentes de innovación ¿Cuál es el origen de nuestras ideas?

Poder imaginar soluciones creativas o productos innovadores desde cero es una tarea sin lugar a dudas difícil para la mayoría de los cerebros. Sin embargo hay ciertas situaciones que despiertan la mente del innovador para sus futuras creaciones. Entre ellas nombramos:

ACONTECIMIENTOS INESPERADOS

Muchas veces, suceden eventos que están fuera de nuestro control, pero que significan nuevas oportunidades de negocios. Esto es producto del mundo tan dinámico y cambiante en el que vivimos.

Un caso representativo fue la pandemia del Covid-19, que revolucionó las áreas de la innovación de manera sorprendente. Quienes estuvieron atentos a los cambios y necesidades fueron quienes crearon las soluciones a los nuevos problemas. Por ejemplo, pequeños emprendedores de comida ofrecieron servicios de *delivery* de sus productos para no afectar su desarrollo económico.



La clave está en poder ver con **ojos críticos** la realidad en la que vivimos, analizar los problemas que existen, las causas de los mismos y qué consecuencias traen a mi alrededor. Luego **preguntarse**: ¿Cómo puedo cambiarlo? ¿Qué beneficios obtendría yo al brindar la solución? ¿Qué beneficios obtendrían las personas con la solución?

INCONGRUENCIAS

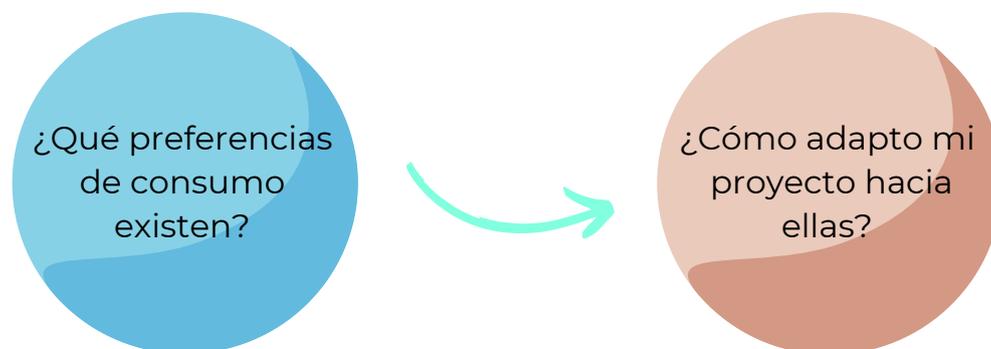
Cuando hablamos de incongruencias nos referimos a aquellas discrepancias que existen entre lo que sucede en la realidad y lo que se espera que suceda, y la distancia entre ambas.

Por ejemplo, un grupo de vecinos quiere tomar acción para reclamar por la disposición de basura a cielo abierto en el barrio. Sin embargo, el proceso de denuncia en la municipalidad es extremadamente lento y burocrático. Ante esta situación, tu propones la creación de una aplicación donde las denuncias puedan ser cargadas eficientemente y analizadas en tiempo real para brindar soluciones.

NUEVAS TENDENCIAS

Muchas veces se dan cambios en los gustos de las personas y sus estilos de vida, que nos llevan a tener que adaptarnos a esta presión externa del consumidor. Estar al tanto de las nuevas tendencias y las modas de consumo nos dará una estrategia a la hora de innovar.

Por ejemplo, hoy en día, y gracias al aumento de conciencia muchos consumidores prefieren invertir en productos orgánicos o amigables con el medio ambiente. De esta manera, poder transformar la manera en que producimos ciertos productos, como ser alimentos, puede representar un plus a la hora de posicionarnos en el mercado.



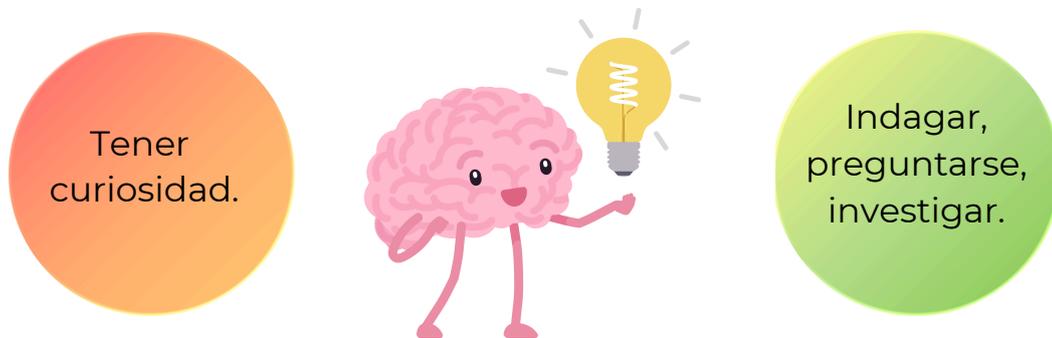
NUEVOS CONOCIMIENTOS

Poder profundizar en aquellos temas que nos gustan, y dedicarnos profesionalmente a su investigación es una herramienta para la innovación.

Nuevos conocimientos representan nuevas oportunidades de creación.



Por ejemplo el conocimiento de nuevas propiedades de biodegradación de ciertas materias primas, podría ayudarnos a crear productos que sean biodegradables fácilmente y no contaminen el medio ambiente. Así podremos utilizarlos en plásticos, embaces, bolsas de supermercado, etc.



CAMBIOS EN LOS SECTORES Y EN EL MERCADO

Esta es una fuente de innovación muy poderosa, y quizás, la más utilizada comúnmente.

Los mercados naturalmente evolucionan. Esto implica cambios en los métodos de comercialización, uso de tecnologías, tipos y relaciones con los clientes, políticas y normativas nuevas, o factores ambientales externos. Todo ello condiciona la manera en la que producimos, o innovamos.

Por ejemplo, la **Ley 3001/06 de Valoración y Retribución de los Servicios Ambientales** fomenta a dueños de fincas a plantar árboles, o preservar sus plantaciones forestales a cambio de retribuciones económicas por el servicio brindado.

Así muchísimos propietarios de tierra y empresas impulsan actividades de conservación y restauración de bosques.



Ver video: <https://www.youtube.com/watch?v=ZtHZyJTfvHc>

Emprendedorismo o Emprendedurismo

Para Fillion (1999), el emprendedorismo puede ser definido como el campo que estudia a los emprendedores. Examina sus iniciativas, características, efectos sociales y económicos, así como los métodos de soporte utilizados para facilitar la expresión de actividades emprendedoras.

De acuerdo con **Grebel, Pyka y Hanusch (2003)**, el emprendedorismo desempeña un papel fundamental en la creación de nuevos empleos, la incorporación de nuevas tecnologías y en la competitividad internacional.

El emprendedorismo integra, de forma determinante, la unión entre sistemas tecnológicos y la exploración de oportunidades de negocios latentes en el mercado.

Emprendedurismo



Es el estudio focalizado en comprender y desarrollar las competencias y habilidades relacionadas a la creación de un nuevo emprendimiento (técnico, científico, empresarial, social).

¿Qué es un emprendimiento?

Según fuentes consultadas, un emprendimiento es un proyecto o negocio nuevo, ideado por una persona o un grupo de personas, con el objetivo de crear valor social y económico a través de la innovación de productos o servicios.



¿Qué es ser emprendedor?

Detectar una oportunidad



Crea una organización



Poner en marcha el proyecto



Fuente, Freyre A., 2004

Este término proviene del francés *entrepeneur* que significa pionero, palabra con la que se denomina a las personas que realizan los primeros descubrimientos en algún tema en específico. Por lo tanto, desde su definición se reconoce que una de las cualidades de un emprendedor es el ser **creativo e innovador**.

¿Qué características tienen los emprendedores?

Es visionario

Es capaz de ver oportunidades de negocio donde otros no lo ven.

Es creativo e innovador

No se encierra en ideas de negocios tradicionales, va más allá de los creados y genera una ventaja competitiva.

Es apasionado, determinado y persistente

Es optimista, entregan todo de sí por cumplir los objetivos y metas que tiene planeados para la empresa.

Trabaja en equipo

Valora a su equipo de trabajo, unifica ideas y es un líder cercano a ellos.

Es organizado

Mantiene un control, orden y administración de su negocio.

Es optimista

Trabaja con el convencimiento de que todo es posible de lograr

Se orienta a la excelencia

“Su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.”

Fuente: Rodríguez, R. A. (2011). El Emprendedor de éxito.

¿Cuál es la diferencia con los empresarios?

Ambos coinciden en que son los creadores y administradores de un negocio. La diferencia entre ellos la encontramos en las motivaciones que impulsan a una persona a crear una marca.

Un **empresario** busca hacer negocios con el objetivo de obtener ganancias por su actividad comercial.

Mientras que un **emprendedor** crea un negocio, a través del cual, busca alcanzar cierta satisfacción personal o social.

Riesgo

“El emprendedor es un "tomador de riesgos" que pondera los beneficios y asume los peligros que son inherentes a su consecución” (Baty, 1990).





En conclusión, las fuentes señalan que: “un emprendedor se preocupa por **aprender sobre sí mismo** y sobre lo que lo moviliza, **detecta oportunidades** para resolver problemas o necesidades de la sociedad, **suma a otros** a un proyecto organizacional y propone **nuevas formas** para resolver aquel problema o necesidad y alcanzar así un **impacto positivo** en la comunidad.”

¿Qué tipos de emprendedores existen?

Emprendedores por experiencia

Cuentan con distintas capacidades que les permite desarrollar y llevar a cabo proyectos, unos con mayor cautela que otros, unos asumen demasiados riesgos y otros tan cautelosos al punto de parecer paralizado, lo importante es tener un equilibrio para tomar una decisión de forma inteligente pero en el plazo necesario. Todos tienen en común el sentido de innovación, la creatividad y liderazgo; pueden emprender en diversas plazas y nichos de negocio.

Emprendedores por entorno

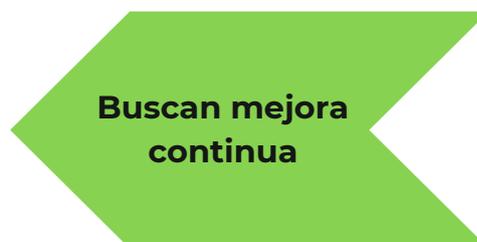
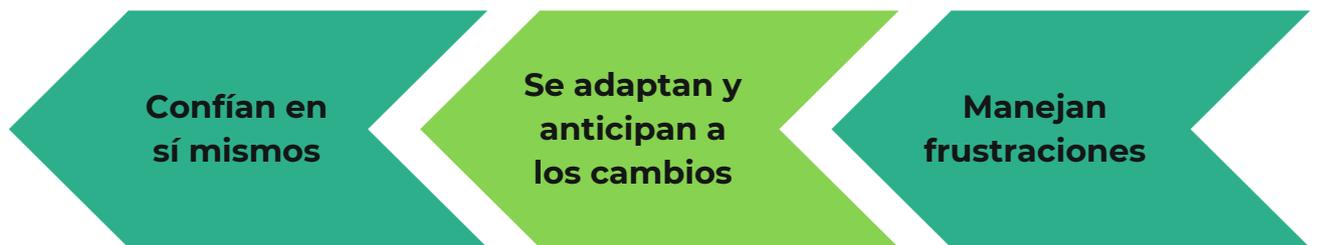
Este tipo de emprendedor se ve influenciado por su entorno dentro de una organización, está condicionado por el tipo de educación que recibió, experiencia en el campo laboral y conocimiento de un tipo de mercado específico.

Emprendedores por personalidad

Dentro de esta clasificación se engloba a las personas que tienen talentos natos específicos y deciden explotarlos, como por ejemplo: pintores, cantantes, escritores, etc.



Perfil del emprendedor: ¿Me identifico?



Tipos de emprendedores

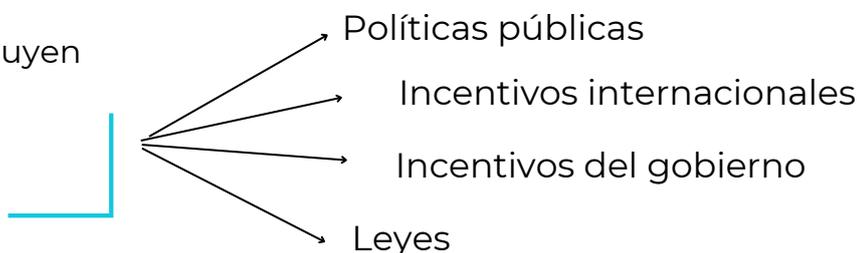


Ecosistema emprendedor

Daniel Isenberg lo define como “el conjunto de elementos individuales que apropiadamente combinados y apoyados conforman un entorno óptimo para la innovación.”

El concepto de ecosistema, aplicado al emprendimiento puede ser definido como una comunidad integrada por diferentes actores (Estado, universidades, investigadores, em-presas, proveedores de servicios, entre otros) que crean un sistema interdependiente y heterogéneo, el cual juega un rol clave en el desarrollo de la actividad emprendedora en un área geográfica determinada.

Elementos que influyen en el éxito del ecosistema emprendedor:



Financiamiento:

necesidad de obtener recursos o personas que quieran invertir en nuestro proyecto.

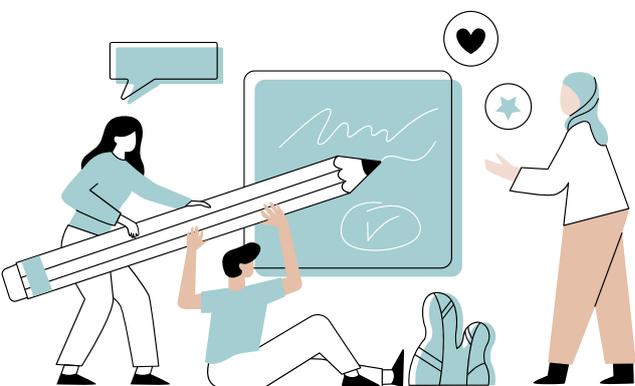
Educación: sistemas educativos que promuevan la formación del emprendedor con competencias para llevar a cabo sus ideas.

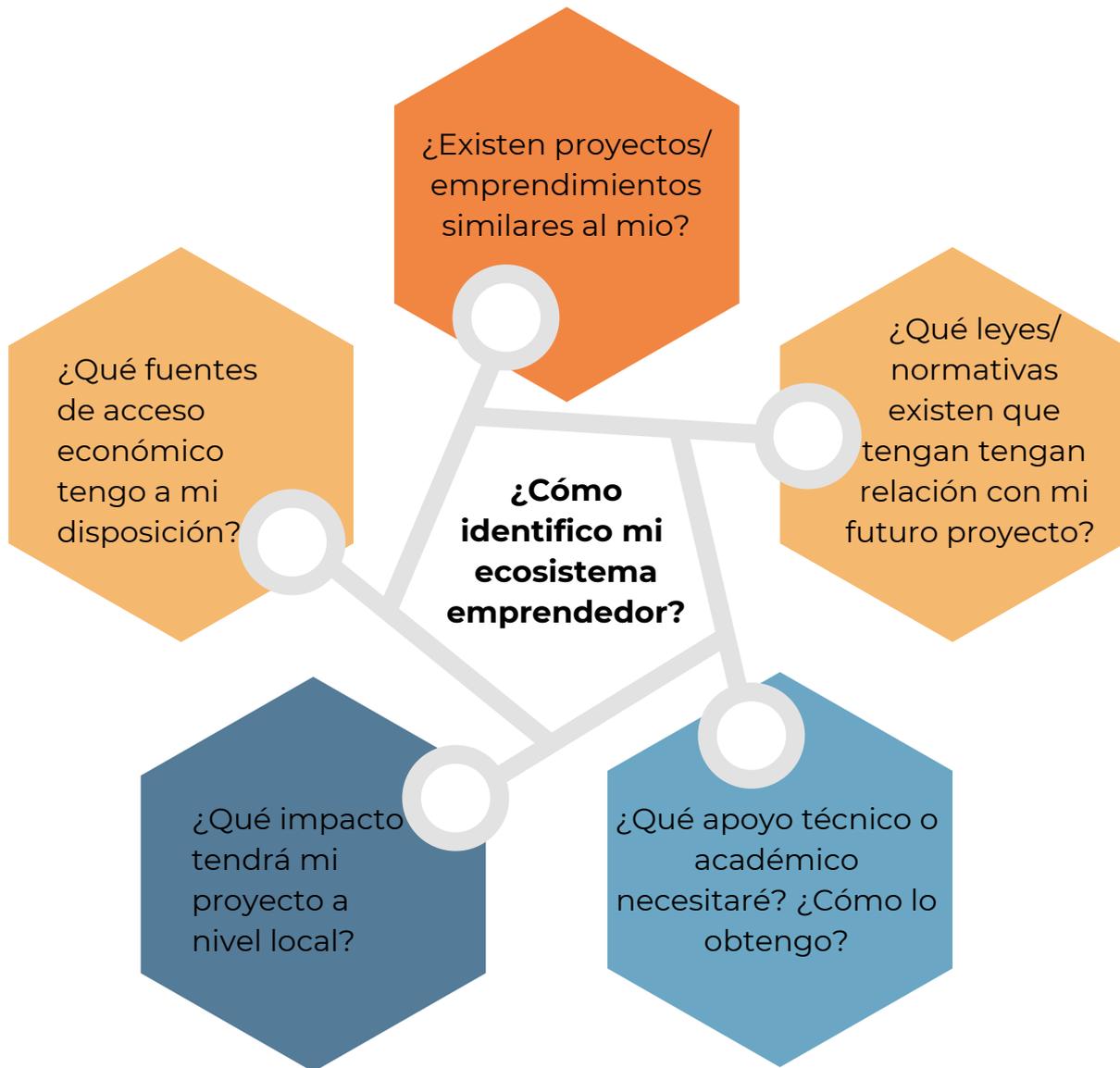


Estado: apoyo de los gobiernos con incentivos y políticas públicas.

Apoyo: incubadoras, aceleradoras o otras empresas que apoyan el crecimiento de los emprendimientos, que brindan acceso a recursos básicos, mentorías o *networking*.

Fuente: Martínez, S. (2023, julio 7). ¿Cómo Fortalecer Los Ecosistemas Emprendedores De Centroamérica?





Nuestro emprendimiento.

El proceso de idear y llevar a cabo un proyecto de emprendimiento ocurre de un día a otro. Requiere de la puesta en marcha de una serie consecutiva de pasos, retrocesos, análisis y repeticiones.

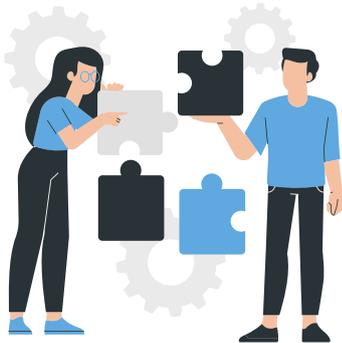
Lo importante es **no tenerle miedo al fracaso**, ya que el mismo es una de las más grandes fuentes de innovación y aprendizaje.



Una idea de negocio es una descripción breve y clara de las operaciones básicas del negocio que se desea poner en marcha. Una idea innovadora de negocio no es necesariamente un invento. El éxito del proyecto dependerá de la originalidad de la idea, la capacidad creativa e innovadora del emprendedor, las necesidades que pueda satisfacer y de mercados que pueda cubrir.

Proceso de ideación: ¡Técnicas para encontrar ideas!

Técnica racional



Se detectan necesidades insatisfechas, y se plantean posibles soluciones. Las necesidades pueden ser:

Necesidades reales, donde ya existe un mercado de clientes y proveedores.

Necesidades latentes, donde la necesidad existe pero aún no se ha formado un mercado y por lo tanto no existe una oferta concreta.

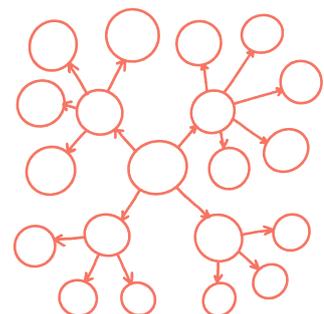
Lluvia de ideas



Se anotan todas las ideas que vengan a la mente, por más absurdas que parezcan. No se debe emitir juicio de valor ya que inhibe la creatividad.

Mapas mentales

Al tener una idea central de proyecto, esta se puede ramificar en diferentes ramas, con ideas posibles relacionadas a la principal.



2 Modelado de negocio

“Un modelo de negocios nos permite definir la forma en que una organización genera, entrega y captura valor”

Fuente: Osterwalder, A. (2010). Generación de Modelos de Negocio.

Luego de definida la idea necesitamos construir nuestro modelo de negocio. El mismo implicará planificar como vamos a ejecutar nuestro proyecto teniendo en cuenta todas las variables que influenciarán.

Metodología Canvas

El método más utilizado mundialmente es el del lienzo Canvas, el cual utiliza 9 bloques que nos permiten entender cual es la lógica de nuestro proyecto, y con que herramientas contamos.

“Los nueve bloques se relacionan entre sí y permiten explicar prácticamente cualquier negocio existente. Pero, sobre todo, con este lienzo se puede “modelar”, encontrar, la forma en que la idea puede llegar a convertirse en un negocio o, de no ser posible, estar al tanto de ello para cambiar antes de empezar. Este modelo, a su vez, ayuda a definir cuáles son los elementos que todo negocio debe tener en cuenta para nacer y desarrollarse, y facilita el entendimiento de su estructura, procesos y sistemas.” (Universidad Siglo 21)

Actividades Clave	Recursos Clave	Propuesta de Valor	Socios Clave	Beneficiarios Clave
			Gobernanza	
Estructura de Costes		Reducción de Costes	Captura de Valor	

Fuente: Siobhan McQuaid, Trinity College Dublin y Horizon Nua. (2019). Guía de Modelo de Negocios Canvas para Soluciones basadas en la Naturaleza.

Metodología Canvas para proyectos ambientales o sustentables: preguntas guía.



1

PROPUESTA DE VALOR:

- ¿Cuál es la propuesta de valor ambiental?
- ¿Cómo abordará mi proyecto los principales desafíos medioambientales a nivel local, regional, nacional?
- ¿Genera mi propuesta de valor un impacto negativo/positivo en la economía local, regional o nacional?
- ¿Qué problemática mi propuesta está resolviendo?

2

ACTIVIDADES CLAVE:

- ¿Qué acciones o servicios clave se necesitan para poner en marcha mi proyecto?
- ¿Cuáles son las prioridades de acción?
- ¿Cuánto tiempo me llevarán?
- ¿Cuál/es es/son la/s actividad/es que aportan mayor valor a nuestro proyecto?

3

RECURSOS CLAVE:

- ¿Qué recursos claves necesito para poder poner en marcha las actividades arriba mencionadas?
- ¿Cómo conseguiré dichos recursos?

4

SOCIOS CLAVE:

- ¿Quiénes son nuestros socios y proveedores clave?
- ¿Cómo contribuirán estos socios a generar la propuesta de valor?

5

BENEFICIARIOS CLAVE:

- ¿Quiénes serán los usuarios claves o posibles beneficiarios del proyecto?
- ¿Qué beneficios sociales directos trae mi proyecto?
- ¿Qué beneficios ambientales directos trae mi proyecto?

6

GOBERNANZA:

- ¿Tiene viabilidad legal mi proyecto ambiental?
- ¿Existen leyes/ normativas que me impidan realizar mi propuesta?
- ¿Existen programas que incentivan o apoyen económicamente mi propuesta?

7

ESTRUCTURA DE COSTES:

- ¿Cuáles son los costos principales de nuestros negocios?
- ¿Cuáles son costos fijos y cuales variables?

8

REDUCCIÓN DE COSTES

- ¿De qué manera podemos reducir nuestros costes sin comprometer el objetivo del proyecto?
- ¿Qué herramientas de reducción de costes tengo a mi disposición?

9

CAPTURA DE VALOR:

- ¿Cómo la creación de valor de mi proyecto generará beneficios económicos internos?

Fuente: Siobhan McQuaid, Trinity College Dublin y Horizon Nua. (2019). Guía de Modelo de Negocios Canvas para Soluciones basadas en la Naturaleza.

También es importante poder preguntarnos:

- ¿Cuál es el valor no monetario generado por nuestro proyecto?
- ¿Cómo lo podemos medir?

Análisis FODA para modelado de negocios

La matriz FODA es una herramienta gráfica muy dinámica que nos permite evaluar los siguientes aspectos de nuestro proyecto: las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Permite evaluar tanto los factores externos como los internos de nuestro emprendimiento.

El objetivo es poder analizar las intersecciones entre los aspectos para elaborar estrategias de trabajo que velen por la mejora continua de nuestro plan.



Investigación de mercado.

En este paso, estudiaremos y analizaremos todos aquellos factores del mercado, como los clientes, la competencia, y otros, que determinan la estructura de funcionamiento de nuestros negocios.

Segmentación del mercado

El análisis de nuestro mercado de clientes es fundamental a la hora de definir hacia donde dirigir nuestros esfuerzos. Para ello, hay que preguntarnos cuál es nuestro público objetivo, definiéndolo así geográficamente, cuál es su rango etario, su género, sus gustos y preferencias, etc.

Método de desarrollo de clientes

Testeo del problema-solución

1

Descubrimiento del cliente

¿Qué tipo de personas pagarían por mis productos/servicios?

Primeras compras boca a boca

2

Validación del cliente

Luego de realizadas mis primeras ventas ¿Mi producto/ servicio tiene potencial de crecimiento? ¿Mis clientes seguirán pagando por el?

BÚSQUEDA DEL MODELO DE NEGOCIOS

3

Creación del cliente

Búsqueda masiva de clientes.

4

Construcción de nuestro emprendimiento

Empezamos a ejecutar nuestro plan de acción y modelo de negocios

EJECUCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

Fuente: Blank, S., & Dorf, B. (2020). The Startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. John Wiley & Sons.



Análisis de competencia

Es muy importante poder hacer un análisis de los diferentes emprendimientos que ofrecen los mismos o similares productos/servicios que nosotros, con iguales segmentos de clientes. Esto nos ayudará a asegurarnos que nuestro negocio será rentable, que no perderemos clientes y que ofrecemos productos que con valor agregado.



Ventaja competitiva

¿Qué es lo que destaca a nuestro producto/servicio con respecto a los demás?

Análisis PESTEL

Como mencionamos anteriormente, dentro de la investigación de mercado a realizar, hay que tener en cuenta todos los aspectos que influyen en el éxito de nuestro negocio. El análisis PESTEL nos brinda un panorama del mismo.

“La técnica se usa para explorar el mercado potencial al lanzar un nuevo producto, para evaluar las principales tendencias, así como para identificar riesgos y oportunidades.”

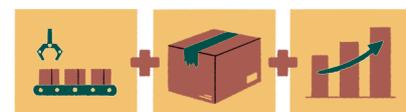
“El análisis PESTEL es:

- **Activo.** Ayuda a anticipar un futuro incierto, para estar preparado y aprovechar las oportunidades al reducir impactos negativos y riesgos.
- **Simple.** Para tener una idea de lo que se puede esperar, solo necesitas hacer las preguntas correctas. El PESTEL ayuda a convertir las respuestas según el concepto de la actividad.
- **Universal.** Este análisis es aplicable tanto a una *startup* como a una empresa desarrollada, tanto a grandes como pequeñas empresas, igualmente e independientemente del sector.”



Análisis de precios

Valor percibido: a través de encuestas se determina cuanto están dispuestos los clientes a pagar por nuestro producto/ servicio. Si el valor es alto, podemos justificar una suba de precio.



Ética y responsabilidad social cuando emprendemos

Emprendimientos sociales

“El emprendedor social se enfoca en crear negocios con un impacto positivo hacia **sectores sociales vulnerables**, siendo motivados por un deseo de cambio más que la obtención de beneficios personales, llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados a la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el logro de una transformación (Roberts y Woods, 2005), a través de una solución innovadora y creativa, apoyada en una buena idea y en el desarrollo de un proyecto empresarial (Ojeda y Rodríguez, 2015)

Olmedo Barchello, S. M. (2016). EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ÁMBITO DE LA CULTURA: CASO DEL PROGRAMA SONIDOS DE LA TIERRA DE PARAGUAY.

Contar con empresas socialmente responsables es un requisito en la construcción de comunidades más justas y dignas.

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el aportar con el progreso, la prosperidad y la perfección de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general”

Valdés Alarcón, M. E., & de la Caridad Fraga Rodríguez, R. (2017). Actitud y compromiso: claves para Ética y Responsabilidad Social Empresarial. *Gestión Joven*, 16, 35–48.



Transparencia

Todos los procesos y acciones que hagamos dentro de nuestro emprendimiento deberán ser claras, abiertas y disponibles para nuestros clientes, inversores, empleados, etc. De esta manera evitamos cualquier tipo de malas prácticas.



Sostenibilidad ambiental

La salud del medioambiente deberá ser una de nuestras principales prioridades. Debemos apoyar el uso sostenible de los recursos, y evitar procesos que degraden los ecosistemas.



Nuestro emprendimiento debe ser capaz de provocar impactos sociales positivos que sean medibles y justifiquen nuestros esfuerzos.

Economía circular

Es un modelo productivo contrario al propuesto por la economía lineal. Cerdá (2016) justifica: “Una economía circular es reconstituyente y regenerativa por diseño, y se propone mantener siempre los productos, componentes y materiales en sus niveles de uso más altos. El concepto distingue entre ciclos biológicos y ciclos técnicos”

La economía circular es un concepto económico que se interrelaciona con la sostenibilidad, y cuyo objetivo es que el valor de los productos, los materiales y los recursos, se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, y que reduzca al mínimo la generación de residuos. Se trata de implementar una nueva economía, circular, no lineal, basada en el principio de “cerrar el ciclo de vida” de los productos, los servicios, los residuos, los materiales, el agua y la energía.

La economía circular implica un cambio de paradigma en el sistema productivo:



¿Y qué sucede con aquellos residuos que no se pueden valorizar?

Buscará aprovechar su potencial energético.



Residuos orgánicos: a través de procesos anaeróbicos se puede recuperar energía de estos residuos obteniendo como producto BIOGAS.



Otros residuos: a través de la incineración controlada de los mismos, se obtiene calor. Este es capaz de calentar una caldera creando vapor que se utiliza para la generación de electricidad o para brindar calefacción urbana.

LA SOSTENIBILIDAD SE APLICA DESDE EL DISEÑO: la economía circular busca introducir la sustentabilidad en cada una de las etapas del producto, desde su diseño, su producción, su utilización, disposición y futura reintroducción al mercado. Aquí es donde cobran vital importancia los conceptos de “Análisis de ciclo de vida del producto (ACV)” y de “huella de carbono corporativa”.

Análisis de ciclo de vida



Proceso que mide los impactos ambientales que genera un producto durante todo el ciclo de su existencia. Desde la obtención de la materia prima, hasta el transporte, comercialización, consumo y desecho.

Es por ello que este método buscará necesariamente:

***Explotar los recursos de manera sustentable**, evitando durante el proceso la contaminación ambiental, el agotamiento del mismo (respetando los tiempos de regeneración necesarios) y apoyando el flujo de energías natural de los ecosistemas.

*Utilizar materias primas que permitan un fácil **reciclado** de los productos, evitando todos aquellos materiales que representen peligros de contaminación química o física en el suelo, el agua y el aire.

Huella de carbono corporativa



Herramienta ampliamente utilizada por empresas, como indicador de mejora continua. Les permite medir la cantidad de emisiones generadas por la suma total de sus actividades directas e indirectas. Otorga beneficios como el aumento en la eficiencia de procesos, el ahorro asociado en términos económicos y la disminución de su impacto ambiental.



En conclusión, la economía circular como sistema sostenible plantea nuevas fuentes de recursos y de energía que sean amigables con el planeta. Busca mayor eficiencia en todos los procesos de producción y consumo. Por ello, hace uso de materias primas renovables, reutilizables y que tengan un bajo impacto ambiental. A diferencia de la economía lineal, que en general usa materias primas no renovables ni reutilizables en sus procesos de producción, además de utilizar una gran cantidad de energía igualmente no renovable y muchas veces contaminante.

Economía lineal

La economía lineal fue producto del modelo de crecimiento nacido y gestado durante la Revolución Industrial. Esta estrategia consiste en la producción basada en la extracción de materias primas hasta un nivel de agotamiento del recurso, su manufactura y producción intensiva, su comercialización masiva, su uso hasta que el mismo pierda la calidad de vida, y posterior descarte.



¿Cuáles son las consecuencias de este tipo de producción?

Escasez de recursos: la producción masiva se traduce en la explotación exhaustiva de recursos naturales, sin respetar la capacidad de regeneración natural de los mismos.

Energía de fuentes finitas: la mayor cantidad de los productos que consumimos utilizan fuentes de energías no renovables y contaminantes como el petróleo, el gas o el carbón.

Generación de desperdicios: el descarte continuo de residuos que no se volverán a utilizar provoca la existencia de una vasta cantidad de basurales causantes de un inmenso impacto ambiental.

El problema viene de origen: los productos están diseñados para ser descartados. Luego de la disposición de los mismos las empresas no se responsabilizan por la adecuada gestión o tratamiento de sus residuos. La gran mayoría de ellos no pueden ser reciclados, o incluso contienen químicos tóxicos para la salud social y ambiental.

La economía circular se ha convertido en fuente de inspiración. Y no solo para empresas ya establecidas, que están haciendo virar sus estrategias de gestión hacia este nuevo paradigma de gestión, sino también para muchos emprendedores y pequeñas empresas, que se están planteando hacia dónde enfocar sus nuevos proyectos y negocios. De ese modo, encuentra este modelo innovador, basado en la circularidad, un gran número de oportunidades y nuevos nichos de mercado listos para ser explorados.

Ver vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=fko9RK-M4QE&t=5s>

Un emprendedor ve oportunidad donde otros ven problema:

<https://www.youtube.com/watch?v=lbfov7kXDhs>

Pequeñas medianas empresas circulares en Paraguay.

MARUSA SA

Empresa del sector textil que produce cuero vegano a través de la recuperación de restos de maíz y mango. Propone mejorar la resistencia y calidad del biocuero, lo que les permitirá desarrollar una variedad de acabados y colores para ingresar al mercado internacional con productos de alta calidad.

MADRE SA

Primera startup de bolsas biodegradables de distintos tipos y tamaños del Paraguay que trabaja con materias primas como almidones y aceites vegetales, con la capacidad de degradarse en 90 a 180 días. Buscará identificar productos viables y sus especificaciones técnicas para competir en el mercado actual.

ECOCUR

Empresa especializada en la reutilización de neumáticos fuera de uso para la fabricación de baldosas de caucho reciclado. Se dedica a la creación de productos ecológicos, versátiles y funcionales que extienden la vida útil del caucho, un material que puede tardar hasta 6.000 años en degradarse.

Trabajo de Investigación del Mercado

Esta hoja de trabajo le ayudará a identificar su mercado objetivo y sus competidores directos e indirectos.

I. Definir su mercado objetivo

Es importante analizar su investigación sobre su mercado objetivo. Utilizar el siguiente espacio para describir las características de su mercado objetivo.

Características de los clientes	Notas sobre cada característica
Edad	
Ubicación	
Género	
Estado Civil	
Otro	

II. Estimar el tamaño de su mercado objetivo:

Usando su investigación de mercado, ¿cuántos clientes están en el área objetivo?

III. Identificar a sus competidores directos e indirectos

Aquí es donde debe documentar los resultados de su investigación sobre sus competidores directos e indirectos.

Competidores Directos

Nombre de Competidor	Fortalezas	Debilidades

Competidores Indirectos

Nombre de Competidor	Fortalezas	Debilidades

Test de evaluación de emprendedores

Este test está dirigido a quienes se están planteando poner en marcha su propio negocio. Su finalidad es ayudar a reflexionar sobre las características emprendedoras de la persona que quiere poner en marcha una idea.

Éxitos

1. Una persona emprendedora tiene que estar atenta, porque se le pueden presentar oportunidades de negocio en cualquier momento

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

2. Esta es mi frase: «El 90% del éxito se basa simplemente en insistir»

- De acuerdo
- En desacuerdo
- A veces

3. Antes de tomar una decisión, me gusta analizar la información y prever las consecuencias

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

4. Cuando me comprometo con algo, no escatimo ni en esfuerzos ni en tiempo para conseguirlo

- A veces
- De acuerdo
- En desacuerdo

5. Ante una situación tensa con un socio/a o colaborador/a, tiendo a resolverla cuanto antes

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

6. Si un método funciona, no merece la pena cambiarlo

- A veces
- De acuerdo
- En desacuerdo

7. Me gusta trabajar seguro/a y no correr riesgos por pequeños que éstos sean

- A veces
- De acuerdo
- En desacuerdo

8. Mis amigos/as me ven como alguien que conseguirá el éxito algún día

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

9. Prefiero actuar según el momento que invertir tiempo en planificar acciones

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

10. Soporto mal los cambios, solo me siento cómodo/a con lo establecido

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

11. Me entusiasma la idea de desarrollar un nuevo proyecto, aunque ello conlleve más trabajo

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

12.No me resulta fácil ponerme en el lugar de otra persona

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

13.Suelo proponer nuevas formas de hacer las cosas, pues no soporto la rutina

- De acuerdo
- En desacuerdo
- A veces

14.Siempre me falta tiempo para reunirme con mis socios o colaboradores

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

15.Considero que los problemas solo tienen una posible solución

- De acuerdo
- En desacuerdo
- A veces

16.En toda negociación siempre hay una parte ganadora y otra perdedora

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

17.Si tengo que presentar mi proyecto en público, lo paso muy mal

- En desacuerdo
- De acuerdo
- A veces

18. Soy de los que creen que los pequeños fracasos son peldaños hacia el éxito

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

19. Puntualmente algún empleado/a para que trabaje bien, necesita “mano dura”

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

20. Después de tomar una decisión, me preocupa que no sea la mejor

- En desacuerdo
- De acuerdo
- A veces

21. Me suelen decir que “ponga los pies en el suelo” porque tengo mucha imaginación

- A veces
- De acuerdo
- En desacuerdo

22. Lo que llevaría francamente mal, es tener que dedicar parte mi tiempo libre a asuntos de la empresa

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

23. Me concentro con facilidad, no me cuesta pasar de una tarea a otra

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

24. A menudo tengo la sensación de que lo que digo no interesa a nadie

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

25. Un buen negociador/a solo tiene en cuenta sus intereses

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

26. No me gustan los imprevistos, prefiero saber cada día con qué me voy a encontrar

- A veces
- De acuerdo
- En desacuerdo

27. La toma de decisiones es un acto exclusivamente racional: hay que pensarlo mucho

- En desacuerdo
- A veces
- De acuerdo

28. Tiendo a disfrutar conociendo a otras personas y ante nuevas situaciones o retos

- De acuerdo
- A veces
- En desacuerdo

Bien hecho, con esto tenemos un panorama más claro de que visión emprendedora tienes.

Bibliografía

- Asunción Circular y Resiliente anuncia a las empresas que impulsarán la economía circular en Paraguay. (s/f). Com.py. Recuperado el 9 de septiembre de 2024, de <https://revistaplus.com.py/2023/08/29/asuncion-circular-y-resiliente-anuncia-a-las-empresas-que-impulsaran-la-economia-circular-en-paraguay/>
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The Startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. John Wiley & Sons.
- Cámara de Comercio de España. (s/f). Obtenido de <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/tipos>
- Campó, S. (22 de Abril de 2021). Crehana. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/emprendimiento-innovacion/>
- Fundación Innovación. (5 de Febrero de 2018). Obtenido de https://www.fundacionbankinter.org/noticias/los-10-tipos-de-innovacion/?_adin=02021864894
- Infonegocios. (4 de Diciembre de 2020). Obtenido de <https://infonegocios.com.py/infogourmet/merencena-unica-barrita-del-mercado-elaborada-con-cebada-de-cerveza-de-marcas-nacionales#:~:text=Esta%20es%20la%20%C3%BAnica%20barrita,contenido%20de%20fibras%20y%20prote%C3%ADnas.>
- Infonegocios. (15 de Octubre de 2021). Obtenido de <https://infonegocios.com.py/default/economia-circular-esta-empresa-produce-50-000-vasos-diarios-a-partir-de-residuos-de-mandioca-y-apunta-al-exterior>

- Las siete fuentes de la innovación. (2008, junio 11). *Emprendedores*. <https://emprendedores.es/uncategorized/las-siete-fuentes-de-la-innovacion/>
- Martínez, S. (2023, julio 7). ¿Cómo Fortalecer Los Ecosistemas Emprendedores De Centroamérica? *EmpreSomos*; EmpreSomos by Global AEBD. <https://empresomos.org/es/como-fortalecer-los-ecosistemas-emprendedores-de-centroamerica/>
- Mónica Yépez-Mora, E. F.-C.-P. (23 de Abril de 2019). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://revistas.pucesa.edu.ec/ojs/index.php?journal=VR&page=article&op=view&path%5B%5D=6&path%5B%5D=34>
- Olmedo Barchello, S. M. (2016). *EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ÁMBITO DE LA CULTURA: CASO DEL PROGRAMA SONIDOS DE LA TIERRA DE PARAGUAY*.
- Osterwalder, A. (2010). *Generación de Modelos de Negocio*.
- Saavedra, J. A. (2022, diciembre 22). Qué es el análisis PESTEL y cómo hacerlo: factores y ejemplos. *Ebac*. <https://ebac.mx/blog/que-es-el-analisis-pestel>
- S, J. (13 de Septiembre de 2022). *Economía 3*. Obtenido de <https://economia3.com/diferencias-economia-circular-lineal/>
- Sostenibilidad para todos. (s/f). Obtenido de https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/en-que-consiste-la-economia-circular/?_adin=02021864894
- Valdés Alarcón, M. E., & de la Caridad Fraga Rodríguez, R. (2017). Actitud y compromiso: claves para Ética y Responsabilidad Social Empresarial. *Gestión Joven*, 16, 35–48.

ESPACIO JOVEN

