



TALLER EMPRENDIMIENTO CREATIVO Y ECOLÓGICO

D.C. Liliana Márquez Benavides
D.C. Eduardo Baltierra Trejo
Laboratorio de Residuos Sólidos y
Uso Eficiente de Energía

Instituto de Investigaciones Agropecuarias y Forestales

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo



Conceptos

- ▶ Orgánico
- ▶ Natural
- ▶ Biológico
- ▶ Saludable
- ▶ Ecológico
- ▶ Ambiental
- ▶ Verde
- ▶ Sustentable



Producto
VERDE*



Desarrollo sustentable



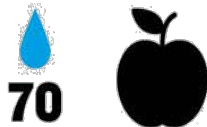
¿Cuánta agua se necesita para tomar una
tasa de café?



Huella hídrica



450
litros de agua para producir
500 grs. de maíz



70
litros de agua para producir
una manzana



720
litros de agua para producir
una botella de vino



1170
litros de agua para producir
300 grs. de pollo



90
litros de agua para producir
750 ml. de té



4500
litros de agua para producir
un bistec de 300 grs.



200
litros de agua para producir
un sólo huevo



50
litros de agua para producir
una naranja



1440
litros de agua para producir
300 grs. de cerdo



1000
litros de agua para producir
un litro de leche



2500
litros de agua para producir
500 grs. de queso



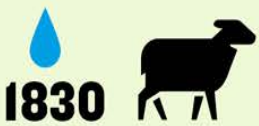
185
litros de agua para producir
una bolsa de frituras



650
litros de agua para producir
500 grs. de pan



1700
litros de agua para producir
500 grs. de arroz



1830
litros de agua para producir
300 grs. de carne

¿cuál es la fuente de energía más limpia?

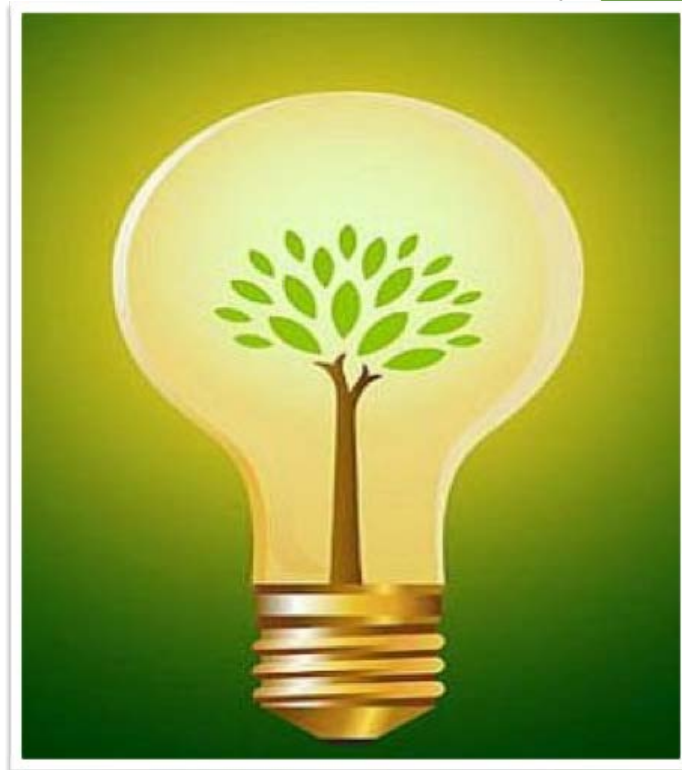


Etapas del ciclo de vida del producto



Empresas ecológicas

El emprendimiento ecológico o eco-emprendimiento se alza como tendencia a nivel mundial y gran parte de las empresas nacientes en los diversos lugares del mundo, apuntan al logro de un equilibrio entre la solidez económica y la sostenibilidad ambiental.



Tendencias hacia un nuevo mercado

- ▶ Mejor gestión de los recursos: Evaluación y mejora continua
- ▶ Uso de materiales biológicos innovadores
- ▶ Operaciones eco-eficientes
- ▶ Cumplimiento legislativo
- ▶ Innovación
- ▶ Liderazgo



Empresas ecológicas

Comercialización

- ▶ Tienda de productos ecológicos.
- ▶ Tienda de alimentos orgánicos.
- ▶ Tienda de frutas ecológicas.
- ▶ Artículos reciclados.
- ▶ Comercialización de vehículos eléctricos.
- ▶ Fabricación y venta de bolsas biodegradables.
- ▶ Venta de productos ecológicos.
- ▶ Recambio o renovación de baterías de coche.
- ▶ Venta de purificadores de agua.
- ▶ Venta de purificadores de aire.
- ▶ Reutilización de cartuchos de tinta.



Empresas ecológicas

Producción

- ▶ Agricultura y ganadería ecológicas.
- ▶ Pescado orgánico.
- ▶ Fabricación de pañales de tela ecológicos.
- ▶ Productos de belleza orgánico.
- ▶ Artesanías.
- ▶ Upcycling.



Empresas ecológicas

Diseño y construcción

- ▶ Empresa de energía solar.
- ▶ Investigación y desarrollo en energía eólica.
- ▶ Energía termosolar.
- ▶ Fabricación de baterías solares.
- ▶ Construcción de represas hidroeléctricas.
- ▶ Fabricación de catalizadores de coche.
- ▶ Mingitorios ecológicos



Empresas ecológicas

Educación

- ▶ Educación ambiental.
- ▶ Comercialización de recetas de cocina orgánicas.
- ▶ Edición de libros sobre cultivo ecológico.
- ▶ Blog de divulgación ecológica.



Empresas ecológicas

Asesoría y asistencia técnica

- ▶ Tratamiento y depuración de aguas residuales.
- ▶ Gestión y tratamiento de residuos.
- ▶ Eco-edificación y rehabilitación eficiente.
- ▶ Consultora medioambiental.
- ▶ Servicios de planificación ambiental.
- ▶ Gestión de espacios naturales y ecoturismo.









Ejercicio

- ▶ Piensa un producto o servicio
- ▶ ¿qué cambios le harías para hacerlo ecológico?

¿Cómo debe ser un hotel ecológico?

¿Vas de vacaciones y quieres hospedarte en un hotel ecológico?
Descubre las características que debe tener

+ Respeto por el entorno en el que está ubicado

+ La alimentación debe ser ecológica: frutas y verduras de temporada, productos de comercio justo



+ Respeto a las tradiciones y a la cultura local, el paisaje y la biodiversidad del entorno

+ Utiliza energía renovable: la electricidad debe provenir de placas solares fotovoltaicas y el agua caliente de paneles solares térmicos

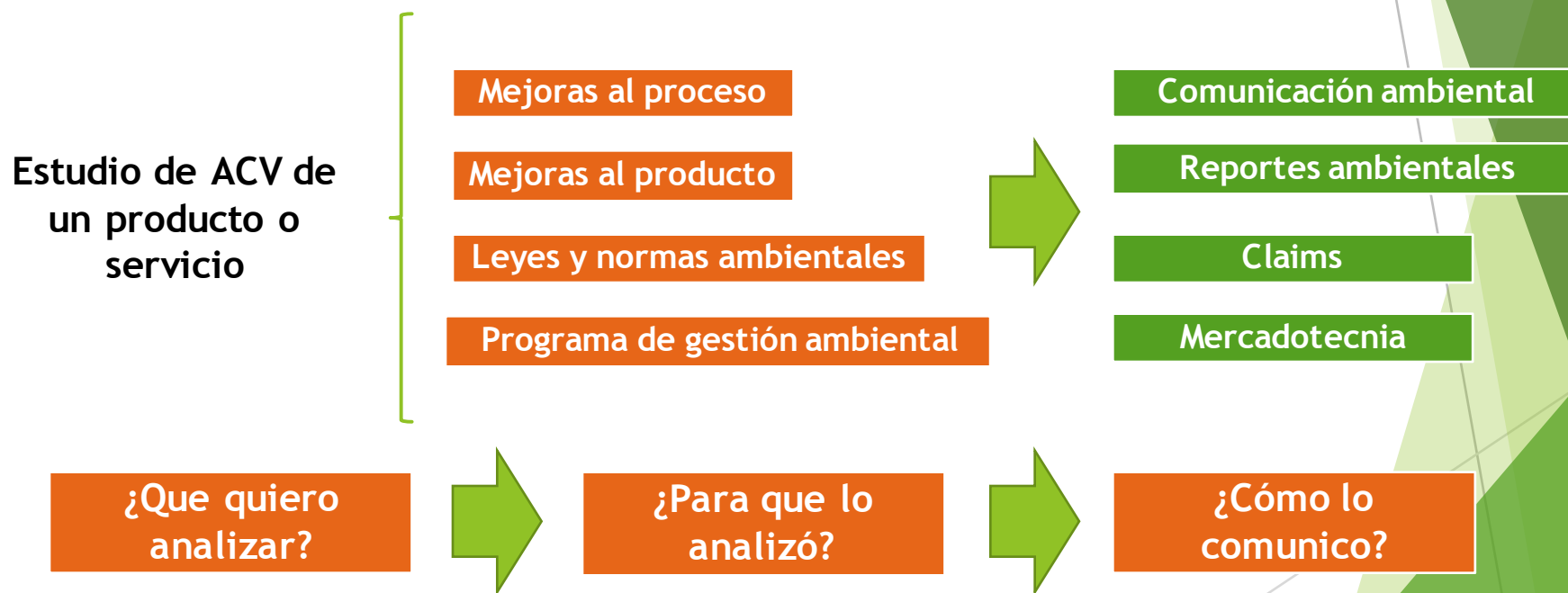
+ Tiene que estar ubicado en una zona con acceso fácil al transporte público

+ Debe cumplir las normas de construcción bioclimática, es decir, la construcción debe estar preparada para que el consumo de energía para calefacción y refrigeración sea el mínimo posible

Fuente: mundo-geo.es



Análisis de Ciclo de Vida: ¿Qué es y para que sirve?



Comunicación ambiental y mercadotecnia

Nutrition Facts

Peanut Butter
Serving Size: 2 tablespoons
Servings Per Container: about 14

Amount Per Serving	
Calories 200	Calories from fat 10
% Daily Value	
Total Fat 16 g	25%
Saturated Fat 2.5 g	12%
Trans Fat 0 g	0%
Cholesterol 0 mg	0%
Sodium 120 mg	5%
Total Carbohydrates 6 g	2%
Dietary Fiber 2 g	9%
Sugars 1 g	
Protein 8 g	

Carbon Footprint

Per Serving: **118g CO₂e**
Total Carbon: **1648g CO₂e**

Primary location of origin:
Orrville, Ohio

Method of transportation:
Train/Truck

v

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

LOW CARBON RATING HIGH

Note: Carbon rating ranges from 1 to 10, with lower numbers being more climate friendly.

Carbon dioxide equivalent (CO₂e) accounts for carbon dioxide and other greenhouse gases.



Product: Dove Beauty Bar, White

4.0

STORES

BEHIND THE RATINGS

INGREDIENTS

ALTERNATIVE PRODUCTS

100% Pure Coconut Butter Soap 10.0

Product: Colgate Total Toothpaste Clean Mint

3.0

STORES

BEHIND THE RATINGS

INGREDIENTS

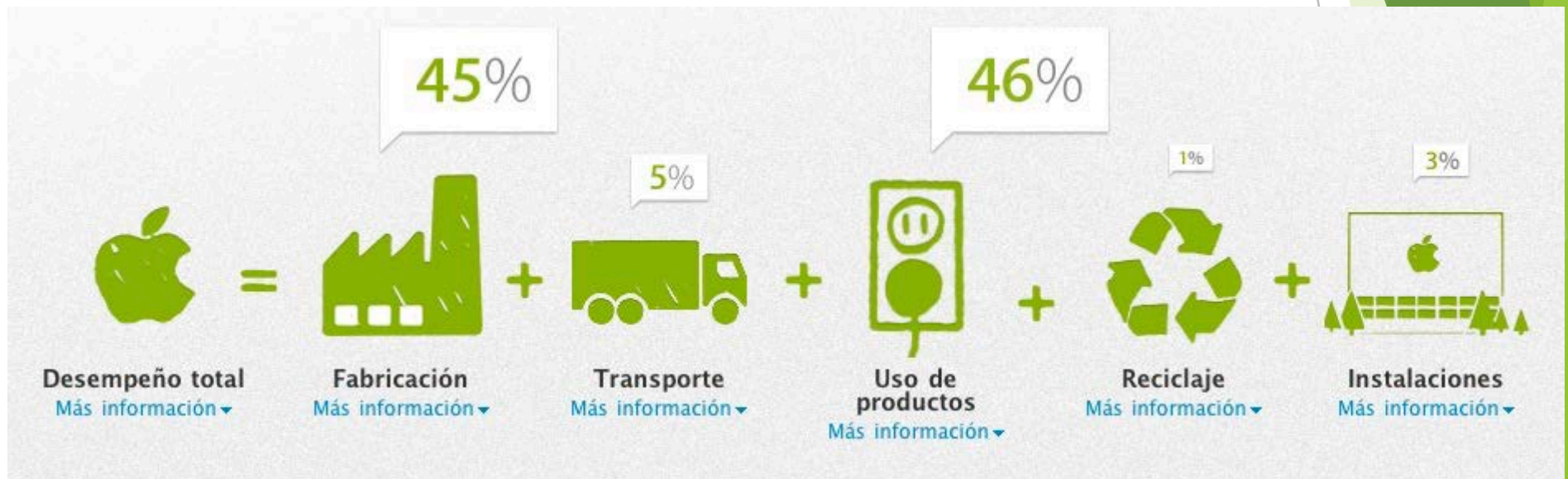
ALTERNATIVE PRODUCTS

Gel-Kam Fluoride Treatment Gel, Fruit & Berry Flavor 8.0



La huella ambiental de Apple

La información que Apple ofrece sobre su impacto ambiental es exhaustiva ya que se basa en sus productos: que ocurre durante su diseño y fabricación, y que ocurre cuando te lo llevas a casa y lo usas



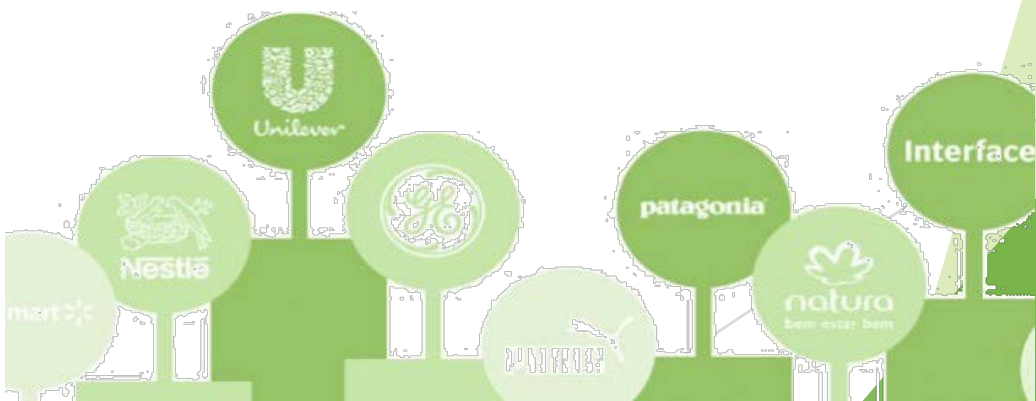
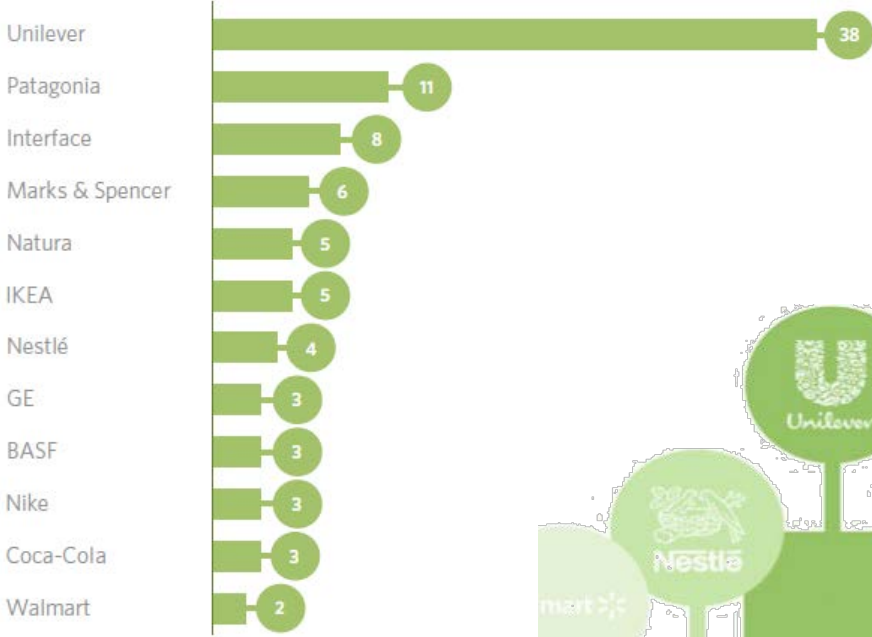
Empresas líderes en sustentabilidad

The 2015 Sustainability Leaders



A GlobeScan/SustainAbility Survey

% of Experts

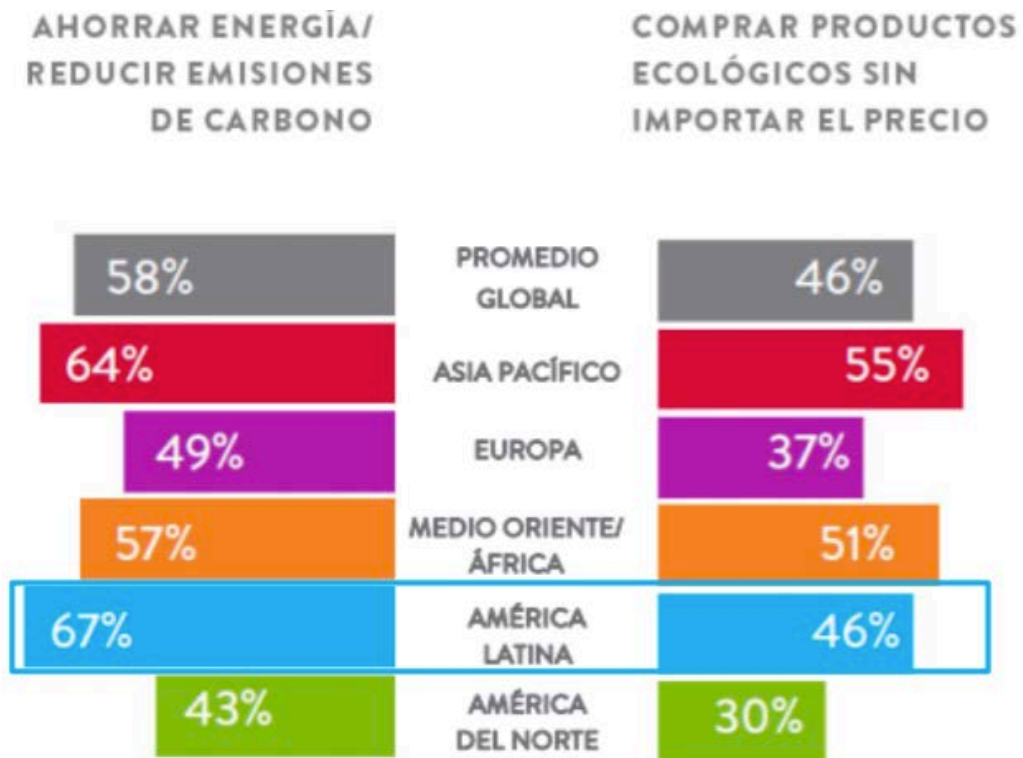


¿Usted considera que los siguientes productos tienen un impacto positivo en el medio ambiente?

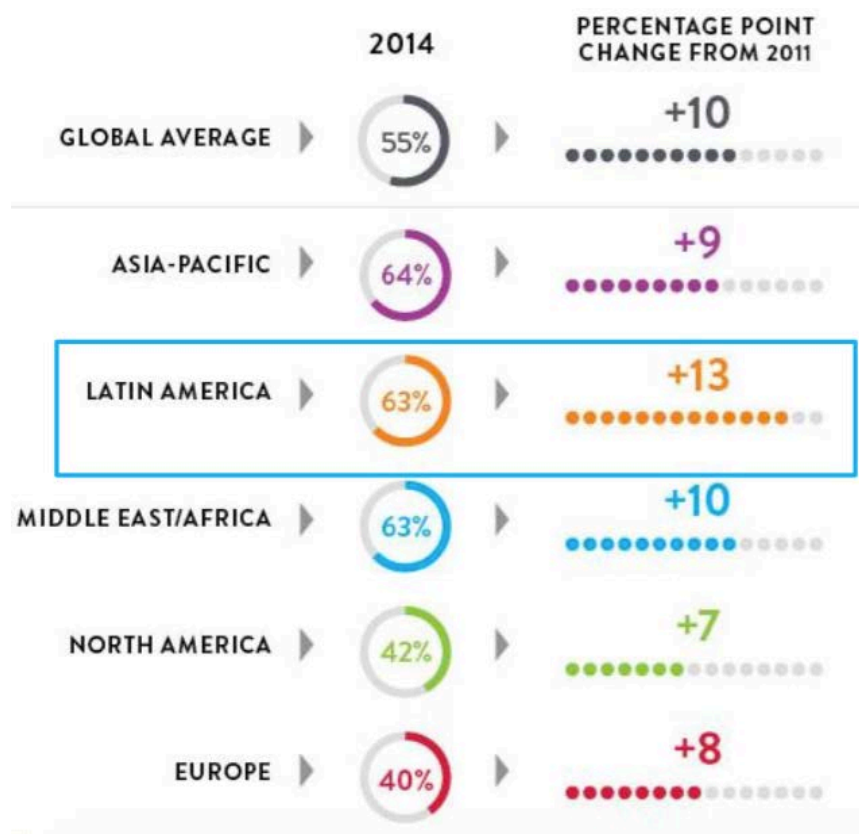


Nielsen, A. C. (2014). Reporte global de responsabilidad corporativa

Consumidores con conciencia ecológica



Consumidores con conciencia ecológica

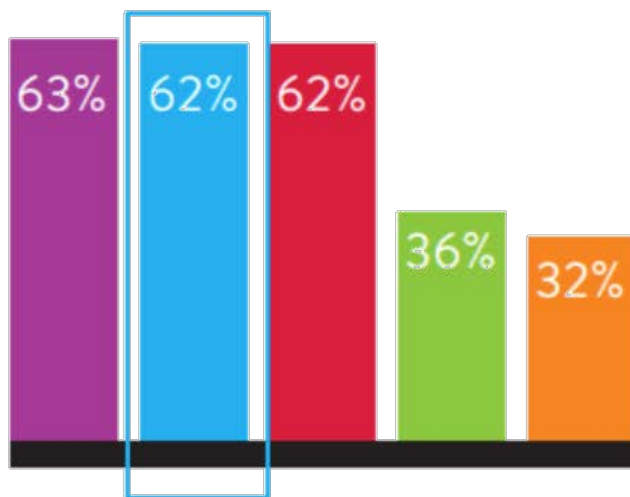


Porcentaje de personas que revisan el empaque, para asegurarse que la marca está comprometida con el ambiente

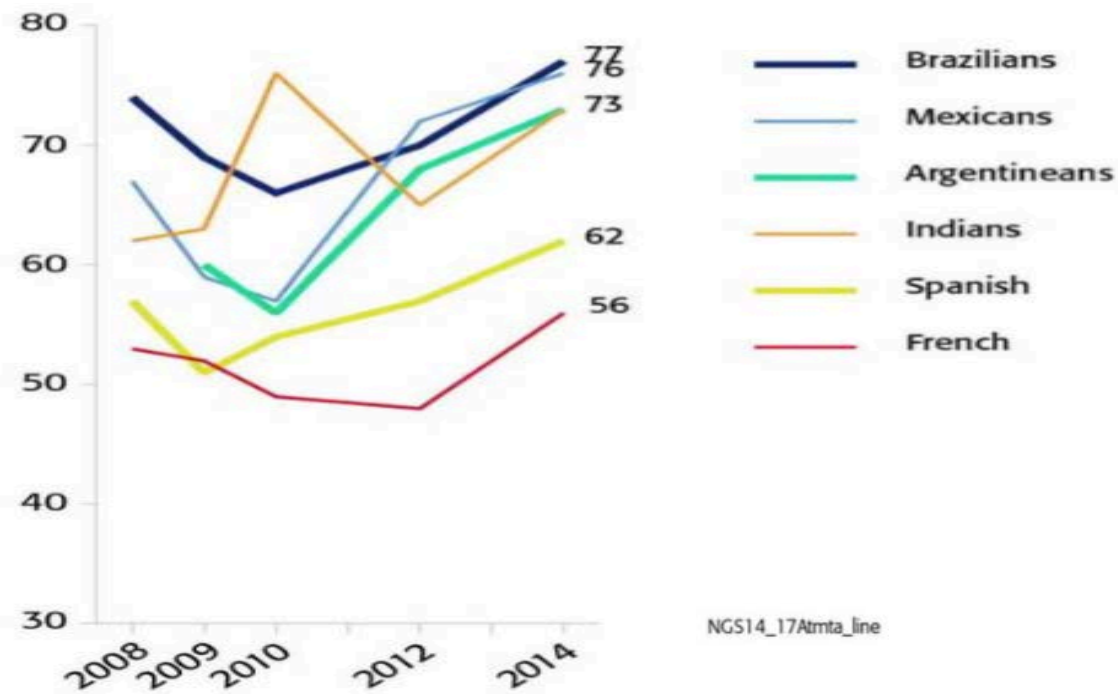
● ASIA-PACIFIC ● LATIN AMERICA ● MIDDLE EAST/AFRICA ● EUROPE ● NORTH AMERICA



I CHECK THE PRODUCT PACKAGING

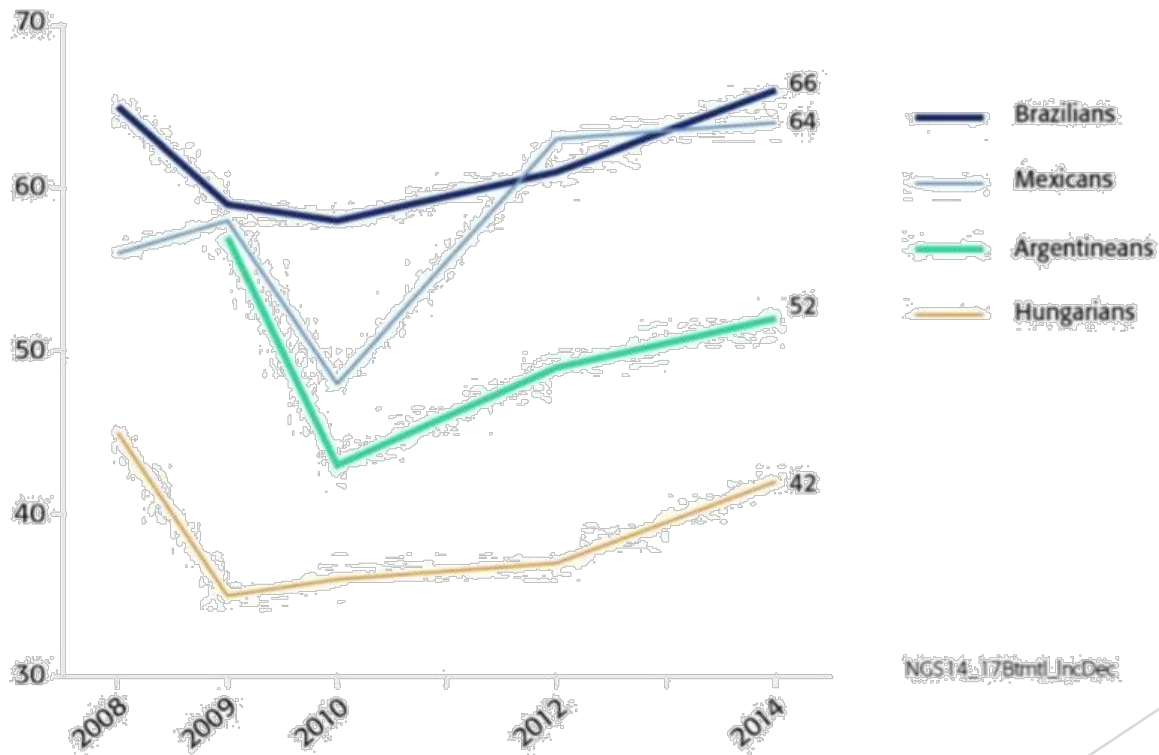


Porcentaje de personas preocupadas por el ambiente



http://images.nationalgeographic.com/wpf/media-content/file/NGS_2014_Greendex_Highlights_FINAL-cb1411689730.pdf

Porcentaje de personas que están tratando de reducir su propio impacto en el ambiente



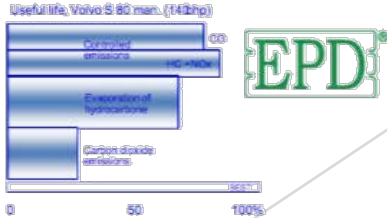
NGS14_17Bmtl_JunDec

Historia de la medición de huella ambiental y del ecoetiquetado en México

- ▶ 1990 FIDE
- ▶ 2007 Programa de Ecoetiquetado en economías emergentes
- ▶ 2011 Programa de Etiquetado de la Industria de Celulosa y Papel
- ▶ 2012 Programa de Ecoetiquetado para la producción de servicios en México SEMARNAT
- ▶ 2013 Análisis de Ciclo de Vida, envases metálicos en México



Ecoetiquetado en ISO





La evaluación de ciclo de vida
en esta era de
“declaraciones y etiquetas ambientales”
es el idioma que permite una
“transparencia radical”
que es la única forma
creíble de comunicación.



Temario del día

- ▶ Idea de negocio y propuesta de valor (Teoría) 4:00-4:30
 - ▶ Ejercicio 1: Desarrollo de la propuesta de valor 4:30-5:00
 - ▶ Presentación de ejercicio 1 (Para calificación) 5:00-5:15
 - ▶ Misión, Visión y Objetivos(Teoría) 5:15-5:30
 - ▶ Ejercicio 2: Desarrollo de Misión, Visión y Objetivos (Calificación) 5:30-5:50
 - ▶ Receso 5:50-6:00
 - ▶ Modelo de Negocios (Esquema Canva) (Teoría) 6:00-6:20
 - ▶ Ejercicio 3: Modelo de Negocio 6:20-6:45
 - ▶ Presentación de Modelo de Negocio (Calificación) 6:45-7:00
- ▶ TAREA (Tiempo límite para entregar la tarea por correo-e: Martes 21 de marzo 12:00 horas al correo baltirrachess@gmail.com)

Rúbrica de evaluación (14 de marzo)

Calificación mínima aprobatoria 8/10

- | | |
|---|-----|
| ▶ Asistencia | 20% |
| ▶ Presentación de ejercicios | 40% |
| ▶ Tareas (entrega en electrónico de los 3 ejercicios dentro de la fecha límite) | 40% |



La idea de negocio

- ▶ La idea de negocio es el **producto o servicio que quiero ofrecer al mercado**. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico.
- ▶ La idea del negocio constituye la oportunidad de llevar a la realidad un negocio y puede hacer que tengamos éxito o no al momento de crearlo.
- ▶ ***La idea es el primer paso para iniciar tu negocio.***



La idea de negocio

SOBRE MEN S.O.S.

Mensajería urgente en bicicleta MEN S.O.S., es una iniciativa creada por Alejandro Corroto, profesional de la logística, triatleta y ante todo, apasionado por el compromiso medioambiental, la sostenibilidad y la eficiencia.

“Tras años de experiencia en empresas de logística y disfrutando de mi afición al ciclismo, he comprobado que casi cualquier desplazamiento dentro de la ciudad de Madrid, se realiza igual o más rápido si el medio empleado es la bicicleta”.

Con MEN S.O.S. ayudamos a que tu empresa se vincule con el cuidado del medio ambiente y la mejora del tráfico en Madrid. Una empresa con un nivel medio-alto de consumo en mensajería (140 direcciones al mes) puede dejar de emitir en un año a la atmosfera 430 kg de CO₂, lo equivalente a la producción de 140 arboles.



Idea de negocio → Propuesta valor

- ▶ Descripción del producto o servicio que vas a ofrecer al mercado.
- ▶ La necesidad que cubre tu producto o servicio.
- ▶ Clientela potencial.
- ▶ Competencia.
- ▶ Valor añadido → **Propuesta de Valor**



Propuesta de valor



Ejercicio 1

- ▶ A partir de tu idea de negocio, genera una propuesta de valor

PROPUESTA DE VALOR

Ejercicio 1

MI PRODUCTO O SERVICIO	Mi producto o servicio es:	Asesoría profesional a estudiantes de posgrado, jóvenes investigadores e investigadores en formación, en el proceso de conceptualización, redacción y publicación de textos técnico-científicos especializados, tales como: artículos científicos arbitrados e indexados, revisiones científicas, artículos de divulgación, extensos de congresos, entre otros.
	Las características principales son:	
COMPETENCIA	Mi competencia y sus principales productos y/o servicios son:	
	Su propuesta de valor es:	
¿Qué me diferencia de la competencia?	Mi propuesta de valor que me hace diferente de la competencia	

Misión

- ▶ *"La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que expresa de manera breve y sencilla a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades"*



Misión

HUERTOS COMPARTIDOS

Fomentar el cuidado del entorno y la colaboración ciudadana, motivando a las personas a que participen en el mundo de la horticultura ecológica, como paso necesario en la transición a **un nuevo modelo de vida sostenible**, mejorando, así, la calidad de los alimentos y la forma de alimentarnos: **más sana, natural y ecológica**.

CYCLUS

En **Cyclus** nuestra misión y razón de ser como empresa sustentable es ofrecer productos de alta calidad bajo el siguiente esquema:

- ▶ Ofrecer una gama de muebles bien seleccionados, preparados, procesados y presentados a un cliente cada vez más específico.
- ▶ Llevar a cabo un cuidadoso proceso de limpieza en todas las áreas del local, muebles y equipo de trabajo.
- ▶ Alcanzar un servicio eficiente, siempre cuidando cada paso de los procesos de producción, cumpliendo nuestra normativa de calidad “Just in Time”.

Visión

- ▶ *“el SUEÑO de la empresa, es una declaración de aspiración de la empresa a mediano o largo plazo, es la imagen a futuro de cómo deseamos que sea la empresa más adelante. Su propósito es ser el motor y la guía de la organización para poder alcanzar el estado deseado”*

¿Quién quieres ser?

¿Cómo vas a llegar?

¿Dónde quieres ver tu negocio en un futuro?



Visión

HUERTOS COMPARTIDOS

Conectamos a las personas, con ayuda de las TIC, y propiciamos su colaboración, para que puedan producir parte de sus propios alimentos, de forma ecológica, recuperando el valor y los valores de la tierra, de la agricultura y de sus productos naturales.

CYCLUS MUEBLES

Ser empresa líder en el concepto de muebles de calidad verde, ocupándonos de la importancia ambiental en nuestra sociedad, con el reto de crearnos como una posible franquicia con posible extensión nacional e internacional, llevando siempre presente el sello 100% mexicano.

Objetivos

- ▶ Son la descripción clara de lo que quieres lograr para dirigir tus recursos y esfuerzos hacia su realización.
- ▶ Deben ser claros, precisos y cuantificables (medibles).



Objetivos

HUERTOS COMPARTIDOS

Huertos Compartidos fomenta los huertos ecológicos, facilitando el contacto y la colaboración entre aquellas personas (o entidades) que disponen de terrenos y aquéllas otras que desean tierra para cultivar

CYCLUS MUEBLES

- ▶ Idear, desarrollar y producir muebles de uso cotidiano a partir de materiales reciclados capaces de facilitar las tareas de la vida.
- ▶ Fomentar el reciclaje como una actividad necesaria para nuestra sociedad.
- ▶ Ser competidores leales y potenciales en cuanto a muebles nos referimos.
- ▶ Ofrecer empleos con capacidad de crecimiento.
- ▶ Aumentar nuestro número de sucursales para incrementar el número de clientes.

Ejercicio 2

- Describe la Misión, la Visión y los Objetivos de tu propuesta de empresa ecológica

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA ECOLÓGICA

NOMBRE DE LA EMPRESA

MISIÓN

VISIÓN

¿Quién quieres ser?
¿Cómo vas a llegar?
¿Dónde quieres ver tu negocio en un futuro?

OBJETIVOS

Modelo de negocio (Plan general)

Es una propuesta innovadora y por lo tanto crea un valor agregado para la empresa, el producto puede no ser innovador por sí mismo, pero las propuestas y estrategias que se utilizan para su comercialización si pueden serlo.

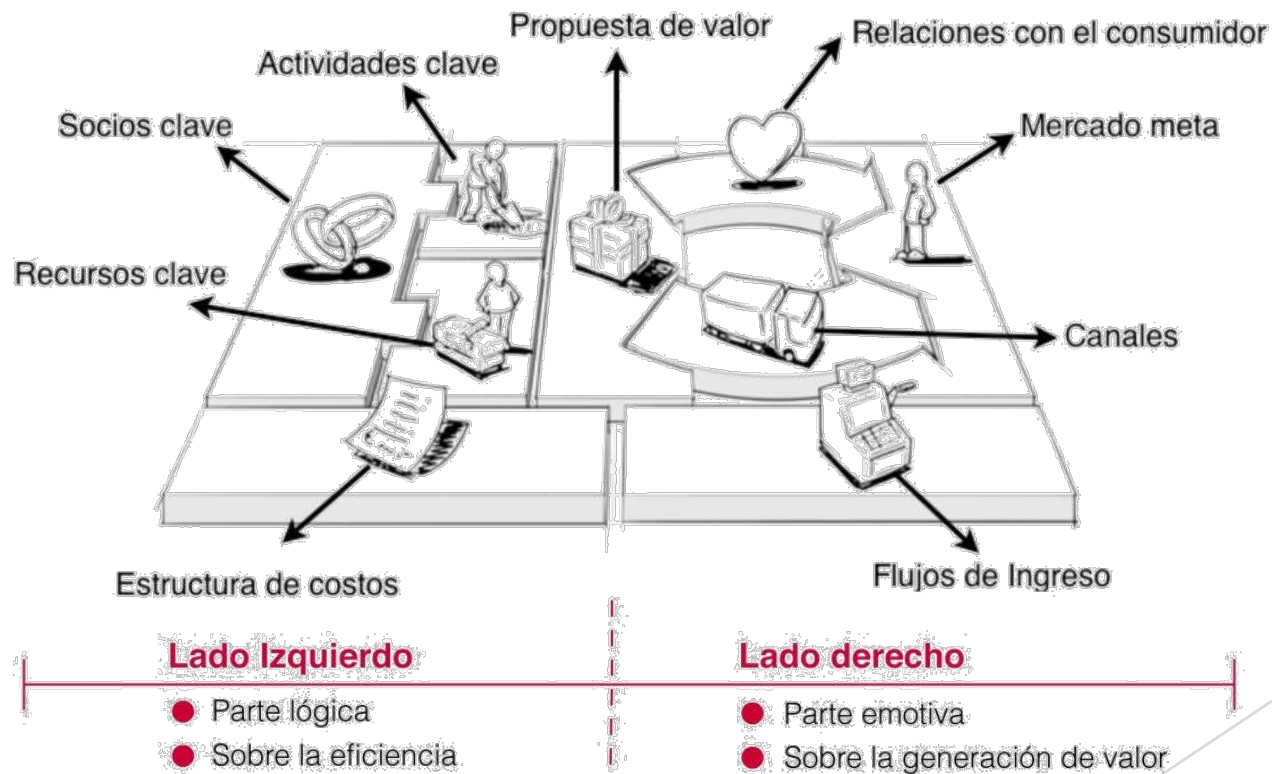
En un modelo de negocio se implementan estrategias para darle un valor agregado a la empresa y por ende al producto o servicio para diferenciarlo de la competencia.












Modelo de negocios



Modelo de negocios: Diagrama Canvas



Modelo de negocios: Diagrama Canvas

ACTIVIDADES CLAVE	ASOCIACIONES CLAVE	PROPUESTAS DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE MERCADO
 Desarrollo de software.	 Proveedores de pago. Socios de distribución. Socios de telecomunicaciones.	 Videollamadas y llamadas a través de internet gratuitas. Llamadas baratas a teléfonos (Skypeout).	 Automática y de bajo coste para poder atender a la gran cantidad de usuarios gratuitos.	 Usuarios de la web de todo el mundo. Personas que llaman por teléfono.
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	 Desarrolladores de software. Software.		 Skype.com Socios auriculares.	
 ESTRUCTURA DE COSTES		FUENTES DE INGRESOS 		
Desarrollo de software. Gestión de reclamaciones.		Skypeout de prepago o con suscripción. Ventas de hardware.		

Ejercicio 3

MODELO CANVAS

RED DE ALIANZAS	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> Institutos y Centro de Investigación Institutos Tecnológicos y Universidades CONACYT Investigadores 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de programas Desarrollo de contenidos Mercadotecnia en línea Mercadotecnia presencial Administrar cartera de clientes Administrar recursos Actualización continua 	<p>Asesoría profesional a estudiantes de posgrado, jóvenes investigadores e investigadores en formación, en el proceso de conceptualización, redacción y publicación de textos técnico-científicos especializados, tales como: artículos científicos arbitrados e indizados, revisiones científicas, artículos de divulgación, extensos de congresos, entre otros.</p>	<p>La relación con los clientes será presencial y/o virtual, de manera personal y/o institucional:</p> <ul style="list-style-type: none"> Por publicidad en línea En congresos y seminarios especializados Con funcionarios de Institutos, Universidades y Centros de Investigación En la página web de enlace En el portal e-learning LMS 	<p>EN FUNCIÓN DE SU FORMACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes de pregrado Estudiantes de posgrado Jóvenes investigadores Administradores y funcionarios públicos
	<p>RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> Página web de enlace Plataforma de enseñanza online "e-learning LMS" Publicidad en medios electrónicos Contenidos de Cursos Participación en eventos institucionales para fortalecer relaciones públicas 		<p>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Talleres y Cursos presenciales Diplomados presenciales Cursos y diplomados en plataforma de enseñanza en línea e-learning LMS 	<p>EN FUNCIÓN DE SU ORIGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Particulares Institutos tecnológicos Centros e Institutos de Investigación Universidades públicas o privadas Hospitales de especialidad
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costos fijos</p> <ul style="list-style-type: none"> Página e-learning LMS, Hosting web, Dominio Sueldos (Asistente especialista en mercadotecnia y Secretaria, especialistas) Servicios (teléfono, internet, electricidad), Impuestos, Renta de oficina <p>Costos variables</p> <ul style="list-style-type: none"> Insumos mantenimiento y limpieza, Servicio de cafetería, Renta de espacio para eventos Publicidad, Costos por servicios externo, Viáticos (Hospedaje, gasolina) Papelería, Celular 		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Taller, curso presencial Diplomados Curso online Asesorías especializadas Venta de artículos y libros Vinculación Servicios de publicidad 		



GRACIAS POR SU ATENCIÓN

D.C. Liliana Márquez Benavides

D.C. Eduardo Baltierra Trejo

Laboratorio de Residuos Sólidos y Uso Eficiente de Energía
Instituto de Investigaciones Agropecuarias y Forestales
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Av. San Juanito Itzicuaru. Col. San Juanito Itzicuaru Morelia, .58302
Tel.+52(443)334-04-75 ext. 116
baltiterrachess@gmail.com
lilimbenavides@gmail.com
www.comunicandolaciencia.weebly.com