



Módulo 5

Vida extra: Desarrollo del plan de negocio, esquema del modelo empresarial, estrategias

Conceptos clave

- **PLAN DE NEGOCIO SOCIAL**

El plan de negocio sirve como marco para tu empresa social y proporciona un punto de referencia para ver si estás logrando tus objetivos. Es un punto de partida para definir problemas, analizar necesidades, herramientas que se necesitan, los canales de distribución, quiénes son los clientes, crear partenariados, etc. El siguiente nivel es crear una parte económica articulada, donde podrás vincular los gastos e ingresos necesarios, mercado, competencia y desarrollo de predicciones a las que quieres llegar. Asimismo, el plan de negocio de una empresa social necesita tener en cuenta las características de este tipo de empresa social. Es importante poder explicar y demostrar qué grado de impacto social tendrá, cómo se conseguirá implantar este cambio con el tiempo y a cuánta gente implicará.

- **ANÁLISIS SWOT**

Proceso que identifica los puntos fuertes y débiles, las amenazas y las oportunidades de una empresa u organización. Se denomina así por ser el acrónimo de las palabras en inglés Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Puede determinar lo que requiere la empresa para cumplir con sus objetivos y qué obstáculos deberá superar o minimizar para alcanzar los resultados deseados. El análisis SWOT proporciona una mirada rápida a la posición de la empresa -dónde se encuentra hoy y dónde se posicionará en el futuro-. Es importante ser realista cuando elaboramos un análisis de este tipo.

- **MISIÓN/VISIÓN**

La misión o visión es donde se articula claramente lo que estás intentando crear y debe ser la base del plan de negocio. Las empresas de más éxito son las que se basan en su misión o sueño, seguido muy de cerca por el producto o servicio real que ofertan.

- **EQUIPO**

Se refiere a los miembros clave que deberás tener en tu empresa social. ¿Qué tipo de experiencia, competencias y capacidades deberá tener tu equipo? Como emprendedor social, debes tener cuidado en traer a alguien que deberá apoyar tu misión y creer en tu visión.

- **PRODUCTO SOCIAL/SERVICIO**

La mejor manera de construir una empresa social es ofertar un producto o servicio que la gente realmente necesite. Debe haber alguien que esté deseando comprarlo, así que es fundamental entender si hay un mercado para tu producto o servicio. Al fin y al cabo, una empresa social no se limita a vender un producto/servicio, sino que también vende su misión/visión.

- **OBJETIVOS FINANCIEROS**

El primer objetivo financiero de un negocio convencional es la rentabilidad. Una empresa social puede tener también este objetivo o puede que no. Un emprendedor social le mueve una pasión para solucionar problemáticas sociales, mientras que para el emprendedor tradicional su máxima es la rentabilidad. Por ejemplo, tu objetivo puede ser económicamente sostenible para que tus ventas cubran los gastos del negocio en sí y los gastos adicionales vinculados a tu misión social, cultural o medioambiental. Tu finalidad puede ser la de no tener apoyo financiero de inversores externos, u otro objetivo podría ser funcionar con alguna financiación externa a largo plazo.

Como empresa social es importante ser claro con tus objetivos económicos e interpretar tus declaraciones financieras según esto. Los objetivos financieros deben ser realistas y pueden ir cambiando cuando la empresa se desarrolla.

- **SOSTENIBILIDAD**

Es la capacidad de una entidad para perdurar en el tiempo. En el contexto de la empresa social, la sostenibilidad tiene dos caras. La primera está vinculada al hecho de que una empresa necesita poder sobrevivir económicamente a lo largo del tiempo. La otra es que el propósito de una empresa social perdure y pueda mantener o incluso aumentar su impacto a lo largo del tiempo. En las empresas sociales, el impacto y la sostenibilidad económica no pueden separarse. Además, es importante que empecemos a entender la sostenibilidad como algo que solo puede evolucionar después de que la empresa demuestre su viabilidad. En otras palabras, no podemos empezar a esperar que la empresa sea sostenible hasta que no haya demostrado que puede conseguir tanto los ingresos operativos como el impacto propuesto a lo largo de un periodo de tiempo.