Como crear una empresa

Social Business in PROGRESS

Como crear una empresa

Introducción

'*Social Business in Progress*' es un proyecto que pertenece al programa Progress, cuyo principal objetivo consiste en experimentar y evaluar los efectos en Europa de aquellos enfoques empresariales destacables (negocio social, emprendimiento social y negocio inclusivo) que puedan contribuir a la integración social y empleabilidad de grupos desfavorecidos.

El manual se compone de tres partes independientes:

- **Parte 1: "Voy a ser el/la mejor emprendedor/a"**. Dirigida a promover el emprendimiento entre personas de grupos desfavorecidos.
- **Parte 2: Como crear una empresa**. Una ayuda para aquellas personas que desean convertirse en emprendedores o emprendedoras.
- **Parte 3: Innovación social y empleo en la Unión Europea**. Considerado como el producto más importante del proyecto. Ofrece los resultados de la investigación y las pruebas piloto, realizadas por el partenariado, así como las conclusiones del proyecto.

El partenariado está formado por las siguientes entidades:

Entidad coordinadora:

- APCC (Associação de Paralisia Cerebral de Coimbra), Portugal

Socios:

- LCD (Leonard Cheshire Disability), Reino Unido
- Procesy Inwestycyjne, Polonia
- SDC (Saír da Casca - Consultoria em Desenvolvimento Sustentável), Portugal
- IVAS (Instituto Valenciano de Acción Social), España

Esta unidad corresponde a la parte 2.
Su objetivo es ofrecer un punto de partida para aquellas personas que están pensando en crear una empresa. Aunque está diseñada desde la perspectiva del emprendimiento social, debes tener en cuenta que la principal diferencia entre un emprendedor y un emprendedor "social" es que éste último posee una clara misión social: las oportunidades que él o ella han identificado son soluciones a problemas sociales. En otras palabras, sólo sus motivaciones son diferentes.

Emprendimiento es, sobre todo, una actitud hacia la independencia y hacia la satisfacción, sobre como identificar una oportunidad y transformarla en un negocio a través de tu conocimiento y creatividad.

Todas las partes de este manual están disponibles en www.socialbusinessinprogress.org

Motivaciones

Ser emprendedor/a social es muy estimulante. No sólo se trata de querer conseguir resultados financieros, sino también resultados sociales y ambientales. Y para conseguir estos resultados, tendrás que comprometer (hacer participar) a un gran número de stakeholders (grupos de interés que influencian o pueden ser influenciados por la actividad de tu empresa).

Para empezar tu idea de negocio tienes que definir lo que entiendes por "éxito": aquello que tú quieres alcanzar. Tendrás que ser consciente de las demandas que este proyecto va a exigirte, ya que, a menudo, lo más seguro es que necesites varios intentos para alcanzar el éxito.

Debes convertirte en un/a emprendedor/a social si estás lo suficientemente motivado para crear algún cambio positivo vinculado a temas sociales o medioambientales. Pero también deberás ser consciente que podría ser más difícil de lo que tu crees; por ejemplo, conseguir financiación puede ser un reto importante porque esta clase de empresas no siempre ofrecen grandes beneficios de forma inmediata. Por esta razón, deberás conseguir apoyo mediante otras vías diferentes a la financiera. Esto implica no sólo aspectos económicos, sino también el apoyo de los trabajadores y trabajadoras.

Identificando oportunidades que puedan convertirse en una idea de negocio

Una vez que tengas decidida la idea (aunque todavía esté tomando forma), debes pensar en lo siguiente:

- ¿Puedo definir mí mercado?¿Estoy seguro/a que existe demanda para lo que deseo ofrecer? Debes tener en cuenta que, en algunas ocasiones, las personas o empresas que se van a beneficiar de tu producto o servicio podrían no tener ninguna intención de pagar por ello.
- ¿Puedo ofrecer con éxito este producto o servicio?

Tendrás que investigar ese mercado y ver como tus competidores/as y/o socios/as lo están trabajando. Este aspecto te ayudará a comprender cual debería ser el mejor modelo operacional para tu idea. También tienes que pensar sobre las competencias y limitaciones que podrían ser relevantes para el cumplimiento de tu idea. De esta forma, tendrás la oportunidad de encontrar socios clave para el éxito de tu proyecto.

Modelo de negocio

¿Qué es un modelo de negocio?

El modelo de negocio responde a preguntas como: ¿Qué vas a hacer? ¿Cómo lo vas a hacer? ¿Por qué lo vas a hacer? Muestra una imagen integrada de tu modelo social, estrategia y planes operacionales.

Llevar tu idea de la teoría a la práctica es un proceso en el que te puedes encontrar con la necesidad de realizar muchos cambios. Cuando empiezas a desarrollar tu modelo de negocio, comienzas en un nivel estratégico y, a medida que vas avanzando, deberás empezar a pensar en concretarlo.

Puedes empezar utilizando el Modelo Canvas[1], trabajando varios bloques:

- Propuesta de valor – un compromiso del valor que será ofrecido al cliente y cómo ese valor será percibido.
- Actividades clave (socios, actividades y recursos esenciales).
- Clientes (relaciones con los clientes, canales y segmentos de clientes).
- Costes de estructura.
- Flujos de ingresos.

Una vez trabajados estos bloques, podrás concretar más tu proyecto.

[1] www.businessmodelgeneration.com/canvas

Definiendo el “problema” y la solución

Tu modelo social puede evolucionar a lo largo del tiempo. A medida que comprendas mejor el problema y sus causas, tu solución será más efectiva. Es importante comprender el contexto en el cual tu “problema” existe, y quién lo está experimentando, para poder definir tus metas y los cambios necesarios para solventar/solucionar el problema.

La definición de tu propuesta implica que tendrás que reflexionar sobre:

- ¿Qué estás ofreciendo?
- ¿Por qué tu propuesta se dirige a las necesidades de esa población?
- ¿Por qué estás en mejor disposición que tus competidores para ofrecer este servicio?

Pensar sobre estas cuestiones es un excelente ejercicio porque, probablemente, tendrás que comunicar tu oferta a diferentes grupos de interés, lo cual implica tener diferentes propuestas de valor.

¿Quienes son los grupos de interés?

Los grupos de interés son personas u organizaciones que afectan a tu proyecto/negocio o se ven afectados por él. Pueden ser internos (trabajadores/as) o externos (la población a la que te diriges, proveedores o la comunidad local).

Es esencial saber quienes son tus grupos de interés y cuáles son sus necesidades y prioridades. Esto te ayudará a definir tu propuesta de valor.

Antes de convertir tu idea en una empresa, deberías planificar una fase piloto para tu proyecto. De esta forma podrás comprobar su viabilidad.

En primer lugar, deberías pensar sobre los límites de la prueba, tales como:

- Dónde – Se podría empezar en un área geográfica determinada.
- Quién – Empezando con un segmento específico de la población a la que nos dirigimos.
- Cuánto tiempo dura la prueba.

También deberás pensar sobre cuáles van a ser tus metas:

- Metas operacionales – cantidad de productos o servicios ofrecidos.
- Impactos sociales y medioambientales.

Identificando clientes y propuesta de valor

Es necesario que conectes tu oferta de servicios y/o productos con la población objetivo. Para conseguirlo, tendrás que identificarla, y así poder dirigir tu propuesta de valor a esta población.

Estructura legal

Lo que diferencia a una empresa social de otras es su actividad, no su estructura legal. Esta circustancia te permite elegir la forma legal que consideres más adecuada. Las empresas sociales tienden a adoptar una estructura legal más allá de permanecer dado de alta como autónomo/a, ya que puede ser un requerimiento exigido por los grupos de interés involucrados en tu proyecto. Puede tratarse de un requerimiento basado en el tipo de actividad que vas a desarrollar u orientado hacia la mejora de tu credibilidad. A tal efecto, deberás buscar las principales estructuras legales y analizar los pros y contras de cada una de ellas.

Es importante que, desde el principio, inicies bien tu proyecto. Así pues, deberás plantearte recibir consejo legal de expertos y estudiar en profundidad aspectos como responsabilidad personal, propiedad, financiación, gobierno corporativo y distribución de beneficios.

Tendrás que buscar información sobre tipo de impuestos, procesos de selección de personal y estructuras legales existentes en nuestro país y, más concretamente, en tu comunidad.

Gobierno de la empresa

El gobierno de tu proyecto/negocio hace referencia a la estructura de toma de decisiones y está directamente relacionado con la estructura legal elegida. La estructura de gestión de una empresa puede tener una junta directiva: un conjunto de miembros elegidos o nombrados que supervisan las actividades de la organización. Los miembros de la compañía son grupos de interés a los que se les puede también considerar como propietarios. Éstos pueden, a su vez, elegir a directores/as para que gestionen la compañía en su nombre.

En estructuras tales como cooperativas, los miembros también participan en la gestión. En las start-ups (empresas de nueva creación) la situación más común suele ser que el propietario (miembro) sea el director/a.

Tendrás que buscar información sobre el gobierno de las estructuras legales que hay disponibles en el país y comunidad autómona en la que residas.

Gestión financiera

La situación financiera de la empresa será esencial para conseguir tu misión social. La gestión financiera es el proceso de planificar, monitorizar y evaluar todos los aspectos financieros de tu negocio – cual es la vía por los que entran los ingresos y cómo se invierten. Necesitarás hacer seguimiento de los ingresos, financiación, inversiones, costes operacionales, costes de personal, compras, pagos a proveedores e inversores, etc.

Deberás saber, exactamente, cuanta inversión vas a necesitar y predecir el periodo de recuperación de dicha inversión.

Para conseguirlo, tendrás que crear una cuenta de pérdidas y ganancias dónde puedas controlar todos los ingresos y gastos de la empresa.

Financiación

Puede que necesites financiación de terceras partes al inicio de tu proyecto o cuando hayas tomado la decisión de crecer. La financiación de las start-ups puede ser más difícil, ya que no tienes antedecedentes que te avalen. Tienes un plan de negocio pero no existen garantías de que sea sostenible. Las fuentes de financiación disponibles dependerán de la cantidad esperada de ingresos (resultado de tus operaciones), la rentabilidad Prevista y la estructura legal.

Amigos/as, familia, business angels, working capital, préstamos, subvenciones e inversiones en capital pueden ser buenos ejemplos de fuentes de financiación.

Puedes encontrar más información sobre financiación en la parte III del manual dedicada a “Instrumentos de financiación social”.

Fase piloto y mejora continua

Durante la fase piloto tendrás la oportunidad de comprobar que tu idea funciona, no sólo desde el punto de vista comercial y financiero, sino también demostrando su impacto social. Si puedes demostrar evidencias de que tu idea funciona y tiene impacto social, será de gran ayuda para comercializar tu producto o servicio y obtener apoyo financiero.

Para medir el impacto social deberás establecer indicadores desde el principio. Necesitarás recoger información y ser capaz de interpretarla, asi que deberás desarrollar un sistema y proceso que sean simples y eficaces.

El historial de la operación y su impacto te permitirá mejorar de forma continua tu modelo de negocio. Presta atención a la información que te dan tus clientes y personas beneficiarias sobre los cambios que pueden estar ocurriendo en tu contexto externo y las nuevas oportunidades de partenariado que podrían surgir, mediante las cuales puedes generar valor y/o nuevas capacidades, y ampliar la oferta a tus clientes.

Deberás comprobar tu estrategia de marketing. Por ejemplo, planificando como comunicar tu propuesta de valor a la población objetivo. Para ello, deberías considerar: la marca de tu empresa, mecanismos de comunicación, la posición en el mercado, como tu propuesta de valor se compara con la de tus competidores, como alcanzarás a tu población objetivo con tu propuesta de valor o qué canales necesitarás.

Presentando tu idea

Cuando llegue el momento de presentar tu idea, ten presente los siguientes 10 aspectos:

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Cuál es la solución que propones a este problema?
- ¿Cuál es tu modelo de negocio?
- ¿Qué proceso o tecnología hace posible esta solución?
- ¿Cuál es tu enfoque comercial? (ventas y marketing)
- ¿Quiénes son tus competidores? (otros participantes en el mercado)
- Equipo de trabajo implicado
- Metas y población objetivo
- Resumen y puesta en escena

Esta publicación ha sido cofinanciada por el Programa para el Empleo y la Solidaridad Social – PROGRESS (2007-2013).

Este programa es implementado por la Comisión Europea. Se estableció para apoyar financieramente la implementación de los objetivos de la Unión Europea en los ámbitos de empleo, asuntos sociales e igualdad de oportunidades, contribuyendo, por lo tanto, a alcanzar los objetivos establecidos en estos ámbitos por la Estrategia Europa 2020.

El programa, que posee una duración de 7 años, está destinado a todas las partes interesadas que puedan contribuir a conformar una legislación y unas políticas sociales y de empleo adecuadas y efectivas en los veintisiete Estados miembros de la UE, los países de la AELC/EEE y los países candidatos y precandidatos a la adhesión a la UE.

Para más información se puede visitar http://ec.europa.eu/progress

La información contenida en esta publicación no refleja necesariamente la posición o la opinión de la Comisión Europea.

Los socios participantes en el proyecto Social Business in Progress son:

apcc Associação de Paralisia Cerebral de Coimbra

Leonard Cheshire Disability

PROCESY INWESTYCYJNE

SAIR DA CASCA sustainability intelligence in action make it happen

GENERALITAT VALENCIANA

INSTITUT VALENCIÀ D'ACCIÓ SOCIAL