



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA  
EMPRESA SOCIAL Y  
COMUNITARIA**



El siguiente documento se ha redactado con el objetivo de apoyar iniciativas empresariales y de emprendimiento social y comunitario. Hemos redactado este documento con el fin de ofrecer una herramienta eficaz para desarrollar su propia idea de negocio. Este documento guía a los futuros emprendedores hacia la realización del Plan de Empresa. Hemos elaborado un Plan de Negocio basado en el Business Model Canvas.

**Índice:**

1. DATOS PERSONALES DE LOS SOLICITANTES.
2. IDEA DE NEGOCIO - EL PITCH
3. MOTIVACIONES Y APTITUDES
4. BIEN O SERVICIO
5. INICIATIVA MERCADO
6. DECISIONES ESTRATÉGICAS
7. PLAN DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA
8. PLAN DE INVERSIONES
9. NIVEL ORGANIZATIVO
10. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO - TESORERÍA
11. FUENTES Y USOS

## **1. DATOS PERSONALES DE LOS SOLICITANTES**

En la primera sección, los solicitantes deberán facilitar su información básica, como nombre, apellidos, fecha y lugar de nacimiento, residencia y otra información básica inherente a la iniciativa propuesta.

(Sección 1 de Canvas)

En un segundo paso es importante actualizar esta sección con:

- Datos personales del representante legal  
(nombre, apellidos, fecha y lugar de nacimiento, residencia, etc.)
- Datos de la empresa  
(fecha de constitución, capital social, localidad, código postal, etc.)
- Los requisitos necesarios para iniciar la actividad;
- Información resumida sobre la iniciativa  
(objeto de la actividad, sector de actividad, lugar, etc.)

## 2. IDEA DE NEGOCIO – EL PITCH

La sección 2 es útil para desarrollar una síntesis de los aspectos más importantes de la iniciativa que permitan definir los elementos sobre la viabilidad técnica, la factibilidad y la coherencia del conjunto.

Es importante exponer de forma clara y sintética los diferentes elementos de su iniciativa. (Sección 3 Lienzo)

Debe dar información sobre:

- a. Las necesidades que desea satisfacer;
- b. El objeto: la actividad desarrollada y los bienes y servicios que desea ofrecer;
- c. El lugar donde se desarrollará la actividad, especificando las características locales y las motivaciones que llevaron a esta idea;
- d. La descripción de cada uno de los segmentos de clientes a los que ofreces los bienes y servicios;
- e. El contexto del mercado donde se quiere operar destacando las características de los competidores;
- f. Elementos subjetivos - habilidades, intereses, relaciones clave - que pueden ayudar al éxito de la iniciativa.

Deberás destacar las motivaciones que te han llevado a la elección de abrir una empresa de este tipo.

En este tipo de empresas sociales y comunitarias, las motivaciones son fundamentales para el desarrollo del proyecto.

- g. Los requisitos administrativos relativos a la actividad específica de la empresa y lo que necesitas para estar legalmente legitimado.

Esta sección es una síntesis de toda la información sobre la iniciativa. Por lo tanto, le sugerimos que la cumplimente después de haber completado todas las demás secciones, ya que éstas caracterizan todos los diferentes aspectos de la empresa.

(Máximo 3000 palabras)

### **3. MOTIVACIÓN Y COMPETENCIAS**

La sección 3 pretende definir claramente las motivaciones que están en la base de la iniciativa. Además, es importante exponer las competencias necesarias para la realización concreta de la empresa. Esta parte tiene por objeto evaluar la coherencia entre los perfiles de los candidatos y la idea empresarial.

Por este motivo, debe prestarse especial atención al currículum vitae de los solicitantes, en el que se especifique la experiencia educativa (escuelas, universidades, formación, etc.) y profesional (trabajo, funciones, etc.) pertinente.

Otras aptitudes, como las competencias lingüísticas y tecnológicas, además de los intereses, actitudes y conocimientos personales, pueden ser beneficiosas para la gestión de la empresa.

Es necesario especificar los requisitos personales administrativos y burocráticos, ya que la ley lo exige para iniciar la actividad. (Certificaciones, etc.)

(Máximo 3000 palabras)

## 4. BIENES Y SERVICIOS

Describa detalladamente los distintos productos y servicios que desea ofrecer y la forma en que resuelven el problema y las necesidades del segmento de clientes.

(Sección 5 Lienzo)

¿Qué vende u ofrece?

¿Qué características y acciones de esos bienes y servicios permiten al beneficiario resolver su necesidad? ¿De qué manera reducen sus dificultades y problemas?

(Ejemplo en síntesis: los servicios socioeducativos profesionales para la franja de edad 0/3 que ofrece una guardería local permiten al segmento de clientes de los padres de un trabajador local tener una solución a su necesidad de cuidado de sus hijos durante su horario laboral).

## 5. MERCADO DE INICIATIVAS

En el apartado 5, puedes indicar los aspectos más relevantes del mercado en el que quieres desarrollar tu iniciativa. Para ello, debes describir:

- El segmento de clientes y los detalles de la categoría, las características y las necesidades relacionadas con los bienes y servicios que desea ofrecer;
- El área local en la que quiere vender sus bienes y servicios, especificando, cuando sea posible, la necesidad específica de la localidad, el número de habitantes y el nivel de demanda.
- Puntos fuertes y débiles de tu iniciativa, explicando la razón por la que pueden suponer una ventaja o una desventaja con respecto a los competidores. Aquí puedes destacar los elementos innovadores de la iniciativa y/o el valor añadido local que ofreces.
- Los competidores, si los hay, que operan en la misma zona geográfica, y en particular las características y los puntos fuertes de sus productos y servicios.
- Las amenazas y oportunidades, en particular los factores que pueden limitar o potenciar el éxito de su iniciativa, que pueden proceder de condiciones internas y externas (por ejemplo, cambios legales relacionados con el tema o las actividades a realizar, sucesos atmosféricos catastróficos, etc.).
- Considere las posibles vulnerabilidades relativas a los requisitos legales de la actividad (por ejemplo, un cambio legal sobre la agricultura biológica), así como las oportunidades que pueden presentarse en el futuro en su sector de mercado. (es decir, ampliación del mercado en su territorio, gran necesidad y demanda).

## 6. DECISIONES ESTRATÉGICAS

Tras definir los elementos del mercado (sección 5), en la sección 6 puede indicar las decisiones y objetivos organizativos relacionados con el contexto de referencia.

(Section 4 and 7 Canvas)

Decisiones estratégicas fundamentales sobre:

- Cómo implicar/comprometer a la comunidad local en el análisis de las necesidades locales, el proceso de toma de decisiones organizativas, el proceso de producción de bienes y servicios y su utilización;
- Decisiones de producción de bienes y servicios: especificar a qué categoría de clientes se quiere llegar;
- Cómo relacionarse con los competidores locales, si los hay. Además, deberá destacar, cuando sea posible, la estrategia de implicación de un competidor desde la perspectiva de una red de cooperación local y de un sistema productivo participativo que supere una lógica de competencia. Por ejemplo:

¿Puedo implicarles en el proceso de análisis de las necesidades locales, en el proceso de toma de decisiones, en la producción y utilización de bienes y servicios?

¿Puedo cooperar con ellos en la relación con la comunidad y con el cliente/beneficiario?

- Canales y formas de venta: ¿Cómo imagina la entrega de su oferta? ¿Cuáles son los puntos de contacto entre su empresa y los clientes? ¿Cómo comercializa sus bienes y servicios? Por ejemplo:

¿Comercializa de forma directa con la apertura de un punto de venta? ¿O de forma indirecta a través de intermediarios/corredores o plataformas en línea?

- Decisiones de promoción y actividades de comunicación: debe indicar las actividades (distribución de folletos, medios de comunicación locales, participación en eventos locales, etc.) que cree que utilizará para promocionar su actividad y los costes relacionados durante los tres primeros años. Indique si desea gestionar la actividad de promoción interna o externamente, con la ayuda de expertos que gestionen las redes sociales y los materiales promocionales.



## **7. PLAN DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA**

La sección 7 es útil para analizar la problemática del proceso de producción de bienes y servicios. Es necesario describir el proceso de producción de cada producto dividido en etapas, indicando los recursos (materias primas y servicios) que necesita, las condiciones requeridas y los posibles problemas relacionados con la cadena de suministro.

(Sección 5 Lienzo)

## 8. PLAN DE INVERSIÓN – ¿QUÉ NECESITO PARA EMPEZAR A PRODUCIR BIENES Y SERVICIOS?

En la sección 8 se indica el plan de inversión de los recursos necesarios para el inicio efectivo de las actividades. Por ello, le sugerimos que describa en síntesis los activos necesarios (activos de inversión, activos intangibles de utilidad plurianual, etc.), indicando su función para la realización de las actividades, las cantidades, la cadena de suministro y la documentación relacionada.

Esta información debe verificar si la dimensión del plan asumida es correcta con respecto al plan de entrega de bienes y servicios y verificar la cantidad de bienes y servicios que tenía previsto entregar a plena capacidad (con una hipótesis de tercer año).

(Secciones 8 y 9 Lienzo)

Cantidad	Descripción de los bienes de inversión	Funcionamiento en el proceso de producción	Coste menos impuestos	Impuestos
<b>a) Equipos, instalaciones, conexiones del sistema</b>				
<b>b) Activos inmateriales de utilidad plurianual</b>				
<b>c) Renovación de edificios</b>				

## 9. PLAN DE ORGANIZACIÓN

La sección 9 de este plan tiene por objeto recopilar los datos para evaluar la coherencia de los procedimientos organizativos a fin de garantizar que la empresa funciona teniendo en cuenta las perspectivas del mercado.

Deben indicarse sintéticamente los gastos de personal (especificando los tipos de contratos, las tareas, el coste unitario anual de cada materia) junto con los gastos administrativos y generales (materias primas, servicios públicos, alquileres, seguros, etc.).

Además, debes explicar cómo quieres repartir las tareas funcionales de gestión entre los asociados o empleados y, desde el punto de vista burocrático, cuáles son los requisitos administrativos en relación con la oficina, tal y como exige la ley.

Es importante verificar si dentro de recursos humanos están cubiertos todos los roles clave para que tengas un inicio y continuación de actividades eficaz.

(Lienzo de la Sección 8)

Pregunta: ¿Cómo debo organizar el funcionamiento de la empresa, los recursos humanos y la distribución de las materias primas? Intente describir la coherencia entre la organización y la gestión de la producción.

(Es decir, la cantidad de recursos humanos para cada actividad y los costes relacionados).

## **10. POLÍTICA DE PRECIOS**

Todos los bienes y servicios tienen su propio precio de venta: deberá tener en cuenta el precio de mercado y el coste de producción. Como se ha comentado anteriormente, deberá tener en cuenta los recursos y el plan de trabajo para fijar el precio de cada producto.

(Apartado 10 Lienzo)

## 11. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO – TESORERÍA

La sección 11 evalúa la sostenibilidad económica y financiera de la iniciativa. Es importante definir el rendimiento esperado de la gestión de la empresa y su sostenibilidad.

Para ello, es necesario elaborar la cuenta de resultados (cuenta de pérdidas y ganancias) para los tres primeros años, así como el estado estimado de fuentes y usos (en particular, indicar la demanda financiera y su uso para el primer año).

Es muy importante tener en cuenta el tiempo necesario para la disponibilidad y la entrega de los recursos financieros, la financiación y las modalidades de reembolso, en particular en el caso de financiación pública, comunitaria (es decir, con participación popular) o sin ánimo de lucro.

Además, hay que especificar los objetivos de ventas: indicar, para cada producto, las estimaciones de cantidad de ventas en los tres primeros años y los ingresos devengados.

(Los objetivos deben distinguirse para cada año y vienen dados por el número de oportunidades de uso del producto y del servicio, multiplicado por el número de clientes objetivo, multiplicado por el precio de venta unitario).

### CUENTA DE RESULTADOS

<b>Previsión económica</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
A) Ingresos por ventas			
<b>B)</b>			
B1) Materias primas, consumibles, productos acabados			
B2) Gastos de servicios públicos (electricidad, gas, agua, teléfono, etc.)			
B3) Alquiler de edificios			
B4) Gastos financieros			
B5) Recursos Humanos			
B6) Deudas incobrables			
B7) Otros gastos			
<b>C)</b>			
<b>COSTES DE PRODUCCIÓN</b>			
C1) IMPUESTOS			
<b>RESULTADO ECONÓMICO (A-B-C)</b>			

## FUENTES Y PROSPECTO DE USOS

<b>DEMANDA (USOS)</b>		<b>FUENTES</b>	
Bienes de inversión para comprar		Subvenciones directas de organizaciones públicas o sin fines de lucro	
Impuestos a la inversión		Préstamos preferenciales de organizaciones públicas o sin fines de lucro	
Capital de trabajo* (primer año de funcionamiento)		Otros préstamos (es decir, préstamo bancario)	
Otros gastos		Contribuciones personales (de socios, accionariado popular, etc.)	
<b>Demanda total</b>		<b>Fuentes totales</b>	

\* Gastos totales de actividades de inicio en el primer año:

- gastos de constitución y registro de empresas
- pago de capital social
- depósito y rentas iniciales
- suministros de oficina
- servicios públicos - conexiones y facturas iniciales
- suministro inicial de materias primas.