

Emprendiendo desde la Economía Social y Solidaria

- **Título:** Emprendimiento con el enfoque de la ESS
- **Temas:** Emprendimiento, plan de negocio, Canvas, Economía Social y Solidaria.
- **Formato:** Canvas.
- **Objetivo:** Incluir en enfoque de la Economía Social y Solidaria en el Business Model Canvas..
- **Descripción de la actividad:** Se propone emplear las herramientas del Business Model Canvas para desarrollar modelos de negocio en el aula basados en los valores y enfoque de la Economía Social y Solidaria..
- **Tiempo de implementación:** Si la idea de negocio está previamente trabajada y pensada 50 min.
- **Materiales necesarios:** Canvas.

Desarrollo de la actividad

Se propone emplear las herramientas del Business Model Canvas para desarrollar modelos de negocio en el aula basados en los valores y enfoque de la Economía Social y Solidaria. Para ello sería conveniente que el alumnado haya previamente reflexionado sobre la idea de negocio que quiere desarrollar y el concepto de sostenibilidad.

A. Canvas social y feminista

El Business Model Canvas es una herramienta orientada al desarrollo de negocios creada por Alexander Osterwalder. Se trata de un método innovador y muy simple que permite aproximarse a la definición del modelo de negocio. Ayuda a realizar un análisis de la realidad y comienza a aterrizar la idea que se encuentra hasta entonces en un espacio abstracto y mental. Es un documento gráfico y visual donde se detalla el modelo de negocio y los principales factores que lo influyen en el momento de ponerlo en marcha.

No es sustitutivo del plan de negocio, es previo y complementario. Está compuesto por nueve piezas clave que se agrupan a su vez en cuatro categorías; qué, a quién, cómo y cuánto.

— ¿Qué?

1. **Propuesta de valor:** la propuesta de valor es la razón por la cual las clientes o usuarias escogen una empresa u organización sobre otra. Para adquirir esta ventaja diferencial hemos de estudiar propuestas que eliminen o mejoren sus problemas.

— ¿A quién?

2. **Segmento de clientes:** son los grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a los que ofrecemos nuestro servicio o producto..
3. **Relación con clientes:** en este apartado definimos cómo —a través de qué canales— nos acercamos a nuestras clientes para comunicar nuestra propuesta de valor.

4. **Canales de distribución:** es el circuito a través del cual pondremos a disposición productos o servicios para que los adquiera la persona consumidora.

— ¿Cómo?

5. **Actividades clave:** en este punto debemos identificar qué actividades son cruciales en el día a día para poder ofrecer nuestra propuesta de valor a nuestras clientes y mantener las relaciones con ellas.
6. **Recursos clave:** qué necesitamos para llevar a cabo nuestra actividad y que la entidad funcione (físicos, intelectuales y financieros).
7. **Alianzas:** debemos pensar qué personas giran en torno a nuestro proyecto y quiénes podrían ayudarnos o de quiénes tendríamos necesidad de sus servicios o productos, y así entablar relaciones de colaboración. Es decir, ¿a quién necesitamos para que el proyecto funcione?

— ¿Cuánto?

8. **Fuente de ingresos:** cómo financiamos el proyecto al inicio (financiación propia y financiación ajena) y cuales serán las entradas de dinero mensuales/ anuales necesarias para que el proyecto sea sostenible económicamente en el tiempo.
9. **Estructura de costes:** inversión necesaria para comenzar con el emprendimiento. Activos y gastos de establecimiento necesarios para poner en marcha el negocio. Considerar también todos los gastos mensuales, clasificándolos en gastos fijos y variables.


Cómo incorporar el enfoque de la ESS en el Business Model Canvas

Desde Economistas sin Fronteras hemos apostado por apropiarnos de las herramientas que ha generado el sistema capitalista para el desarrollo de sus modelos de negocio y *hackearlas* para convertirlas en herramientas al servicio del emprendimiento social.

Canvas Feminista

7. Intercooperación

¿A qué colectivos/empresas/entidades públicas/redes necesitamos para que el proyecto funcione?
 ¿Se establecerán alianzas con otras entidades que trabajen dentro de la ESS?
 ¿Priorizamos alianzas donde las mujeres tengan puestos de responsabilidad?
 ¿Se establecen relaciones horizontales y de cooperación?
 ¿Apoyamos la creación de empresas que trabajen dentro de la ESS?
 ¿Cual es vuestra relación con otras entidades locales?

 **BBDD contactos, estudio de mercado entidades similares**

5. Actividades

¿Qué hay que hacer para comenzar el proyecto?
 ¿Qué actividades son necesarias para ofrecer los servicios/productos?
 ¿Cómo es la división del trabajo?
 ¿Quién hace las tareas visibles e invisibles? ¿Cómo se toman las decisiones? ¿Existen espacios de participación? ¿Qué impacto ambiental tienen las actividades que realizamos? (emisiones CO₂, uso de renovables, movilidad sostenible?).
 ¿Se tiene en cuenta la igualdad desde la diversidad? ¿Existe corresponsabilidad?

 **Reglamento interno**

6. Recursos

¿Qué elementos necesitamos para comenzar el proyecto?
 ¿Cuales son nuestras posibilidades de financiación inicial? ¿Finanzas éticas?
 ¿Qué necesitamos para realizar nuestras actividades en el día a día?
 ¿Cuánto cuestan?
 ¿Se adquiere de primera o segunda mano? ¿Compramos compartimos?
 > **Físicos** (maquinaria, mobiliario, espacio de trabajo, programas informáticos, etc).
 > **Habilidades, conocimientos.**
 > **Intelectuales** (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.).

1. Propuesta de valor

¿Cuál es nuestro ADN?
 ¿Qué ofrecemos?
 ¿Nuestra propuesta incorpora valores de sostenibilidad, feminismo y desarrollo local?

1.1. Problema/necesidad

¿Cual es la relación con el entorno?
 ¿Cual es la devolución al territorio?

1.2. Soluciones


¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes/as?

1.3- Ventaja diferencial

¿Por qué las personas consumidoras eligen nuestro proyecto? ¿En qué nos diferenciamos de otras iniciativas similares?


3. Estrategia de comunicación

¿Qué herramientas de comunicación utilizan nuestras clientes/as y usuarios/as?
 ¿En qué horario vamos a realizar la comunicación?
 ¿Vamos a utilizar un lenguaje inclusivo?
 ¿Utilizamos un lenguaje no sexista? ¿Se tiene en cuenta la brecha tecnológica?
 ¿Utilizamos software libre?
 ¿Utilizamos papel reciclado?
 ¿Quiénes son nuestras entidades proveedoras?

 **Mapa de empatía, Journey, Plan de comunicación**


4. Proceso logístico

¿Dónde y cómo se concreta nuestra venta? ¿Nuestros horarios de atención se adecuan a los segmentos de clientes?
 ¿El punto de venta es accesible?
 ¿Facilita la corresponsabilidad de clientes y usuarios/as?
 ¿Ofrece atención salvando brecha digital?
 Piensa en procesos: Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio, mayoristas, tiendas aliadas, etc.

 **Flujograma**

2. Segmentos de clientes/as

Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, entidades públicas...)
 Diferencia entre: usuarios/as (utilizan productos y servicios) clientes/as (fuente de ingresos).
 ¿Es accesible nuestro producto/servicio para todos los colectivos de personas (género, sexo, edad, diversidad funcional)?

 **Mapa de empatía, estudio de mercado clientes usuarios/as**



9. GASTOS

Todas las **salidas mensuales de €** para que el proyecto funcione.
 Gastos Fijos
 Gastos Variables
 ¿Existen trueques de servicios entre entidades? ¿Estamos remunerando de manera justa a nuestras entidades proveedoras? ¿Se están contemplando todos los eslabones de la cadena de valor (comercio justo)?

 **Pre-canvas tabla de inversión inicial, estudio de viabilidad económico-financiero, herramienta de gestión económica.**




8. INGRESOS

Todas las **entradas mensuales de €** esperadas.
 ¿Cómo generamos ingresos? ¿Cómo fijamos el precios de nuestros productos/servicios? ¿Se contemplan ingresos no monetarizados o donaciones? ¿Se contempla algún ingreso que provenga de moneda social? ¿Qué se hace con los beneficios: reinversión, apoyo otros proyectos, reparto salarial...?



 **Impacto social:** generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo. *Ejemplo: nuestro producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.*

 **Impacto ambiental:** la iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional al desarrollar su actividad. *Ejemplo: ¿nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?*

 **Enfoque de género:** nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad. *Ejemplo: nuestro producto, ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral?*

 **Herramientas:** el uso de ellas te permitirá profundizar cada uno de los apartados.

Por ese motivo hemos desarrollado nuestro propio modelo de Canvas, en el cual incorporamos el enfoque social, medioambiental y el impacto de género en cada uno de los 9 puntos anteriormente presentados. Esto lo hacemos planteando una serie de preguntas que cuestionan cómo estamos incorporando los valores de la Economía Social y Solidaria de manera transversal en el modelo de negocio.

A continuación, presentamos algunas de las cuestiones que pueden facilitar este proceso:

¿Qué es un emprendimiento con impacto social?

El emprendimiento debe generar valor social desde la oferta. Esto significa que el producto o servicio que se ofrezca tenga un impacto positivo en lo local y que sea inclusivo. Algunas reflexiones que se pueden hacer: ¿Nuestro producto atiende a las necesidades concretas de un territorio? ¿Acceden personas en riesgo de exclusión social? ¿Ofrecemos accesibilidad a las personas con diversidad funcional? ¿Atendemos a la brecha de acceso a la tecnología?

¿Qué es un emprendimiento con impacto ambiental?

El emprendimiento debe tener en cuenta la dimensión ambiental a nivel local, autonómico, estatal e internacional al desarrollar su actividad. Las acciones que se llevan a cabo en la naturaleza en la propia comunidad repercuten en la propia comunidad y más allá. La extracción de recursos, la utilización del plástico de manera continuada y otra serie de acciones son perjudiciales para el planeta y para las personas. Algunas reflexiones que se pueden hacer: ¿Nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles? ¿Estamos promoviendo circuitos cortos de comercialización?

¿Qué es un emprendimiento con enfoque de género?

Para que exista una igualdad real el emprendimiento debe incorporar el género en cada una de sus acciones. Es decir, se debe contemplar en cada una de las partes del proyecto, tanto las visibles para las personas clientes o usuarias como las desarrolladas de manera interna en el equipo de trabajo.

¿Cuál es el perfil de las empresas sociales?

Es importante entender que las empresas o proyectos que se desarrollan en el marco de la ESS tienen un vínculo con el territorio donde se encuentran. Tienen en cuenta el principio de la ESS de compromiso con el entorno. Además, en su manera de funcionar y en su organización interna también se puede observar un componente transformador, todas ellas deben incorporar elementos de participación y mayor democracia. Salir de la lógica empresarial más convencional de socio capitalista versus trabajadores/as asalariados/as. Para ello podemos preguntarnos: ¿Cómo es el vínculo que tendrá nuestro proyecto con el territorio?

Todos estos puntos se desarrollan en mayor profundidad en el [Manual de Emprendimiento en Economía Social y Solidaria](#) elaborado por Economistas sin Fronteras Euskadi. Recomendamos su revisión para ampliar el análisis y conocer otras herramientas complementarias que permiten desarrollar cada uno de los nueve aspectos del Business Model Canvas.

B. Experiencias realESS y herramientas complementarias

Como cierre, nos parece interesante compartir experiencias reales de emprendedoras y emprendedores sociales que han aplicado con éxito esta metodología para el desarrollo de sus modelos de negocio.

- > [Biela y Tierra.](#)
- > [El Salto Diario.](#)
- > [La Despensa de Cercedilla.](#)
- > [Cooperativa Bailandera.](#)
- > [Cooperativa La Corriente.](#)
- > [Mujeres migradas emprendedoras.](#)



#DesafiandoLaCrisis desde los IES: por una economía que ponga la vida en el centro





Desde EsF, creemos en el emprendimiento como una herramienta de transformación social. Los emprendimientos creados contribuyen al desarrollo económico, social y cultural del territorio donde se llevan a cabo. Cuando creamos, fortalecemos y consolidamos empresas desde la ESS se ponen en valor otros aspectos que incluyen: democracia interna, personas en el centro, impacto de género, desarrollo local y respeto medioambiental.

Como herramientas complementarias recomendamos la revisión de: [Precanvas](#), [Mapa empatía Journey](#) o viaje de clienta y [Benchmarking](#). Todas estas herramientas y otras como el [umbral de rentabilidad](#) y el [excel de viabilidad económica](#), se encuentran en el apartado de herramientas, de [la plataforma de EsF El Nido](#), de acceso libre y gratuito.

Canvas Feminista

7. Intercooperación	5. Actividades	1. Propuesta de valor	3. Estrategia de comunicación	2. Segmentos de clientes/as
		1.1. Problema/ necesidad		
		1.2. Soluciones		
	6. Recursos	1.3- Ventaja diferencial	4. Proceso logístico	
9. GASTOS		8. INGRESOS		



-  **Impacto social:** generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo. *Ejemplo: nuestro producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.*
-  **Impacto ambiental:** la iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional al desarrollar su actividad. *Ejemplo: ¿nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?*
-  **Enfoque de género:** nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad. *Ejemplo: nuestro producto, ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral?*
-  **Herramientas:** el uso de ellas te permitirá profundizar cada uno de los apartados.