



Piensa y reflexiona

Andrea es una joven creativa y perseverante a la que le apasionan la tecnología y la sostenibilidad. Vive en una ciudad que enfrenta problemas de contaminación, de residuos plásticos y en la que existe una falta general de conciencia sobre el impacto ambiental. Como tiene formación en los ciclos formativos de Administración y Finanzas y Energías Renovables, decide utilizar sus habilidades y sus conocimientos para buscar soluciones.

Un día, mientras observa la cantidad de basura acumulada en los parques y en los ríos locales, tiene una idea: crear una empresa que ayude a reducir los desechos plásticos a través de tecnologías ecológicas innovadoras. Empieza un camino emocionante. En esta unidad vamos a ayudarla a recorrerlo para alcanzar el éxito.

- a) ¿Qué significa ser una persona con iniciativa?**
- b) ¿Cuál es la relación entre la creatividad y la innovación?**
- c) ¿Qué requisitos debe tener una buena idea de negocio?**
- d) ¿Por qué es importante crear un plan de empresa, incluso si el negocio es pequeño?**

a) Ser una persona con iniciativa significa ser capaz de proponer ideas, adelantarse a los problemas, tomar decisiones sin esperar a que otros lo hagan y actuar para mejorar una situación.

b) La creatividad consiste en generar ideas nuevas, y la innovación es aplicar esas ideas para crear soluciones útiles. La innovación necesita de la creatividad para poder desarrollarse.



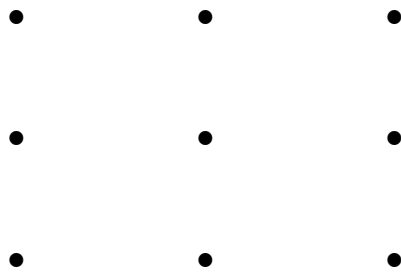
La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

- c)** Una buena idea de negocio debe resolver una necesidad real, ser viable económicamente, tener un público interesado, diferenciarse de la competencia y poder llevarse a cabo con los recursos disponibles.
- d)** Es importante porque permite planificar, evitar errores, calcular costes e ingresos, analizar el mercado, organizar los recursos y reducir riesgos. Un plan de empresa sirve como guía, incluso en negocios pequeños.



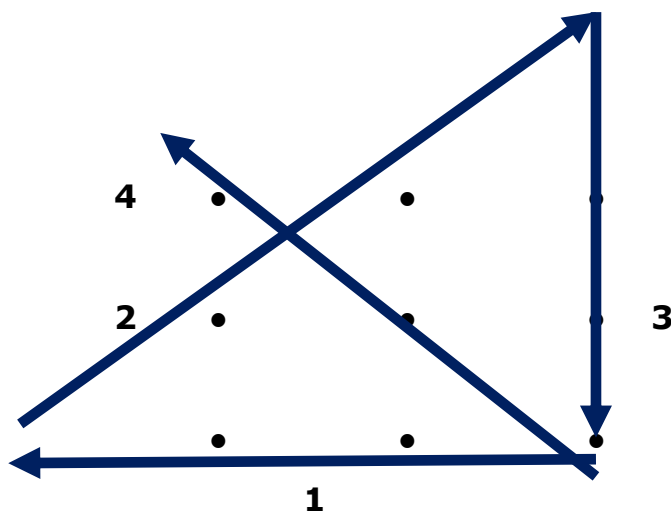
Actividades

1. Une los nueve puntos que se presentan con cuatro líneas rectas, sin levantar el lápiz del papel.



Solución:

Esta actividad es interesante para conocer el grado de creatividad del alumnado, pues la tendencia es trazar las líneas dentro de la disposición de los puntos, y no se paran a pensar que podemos unirlos saliendo fuera del ámbito de los puntos.



2. 2. Vamos a detectar la innovación en productos de uso habitual

a) Piensa en un producto que usas en tu vida diaria. Puede ser una botella de agua, un cepillo de dientes, un lápiz, etc.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

- b) Investiga versiones innovadoras sobre ese producto.**
- c) Analiza la evolución de ese producto.**

Solución:

Por ejemplo:

- a) Un lápiz tradicional de grafito y madera.
- b) Lápices infinitos de APLI: Esta nueva gama de lápices "eternos" permite escribir sin parar gracias a su mina suavemente abrasiva y duradera. El innovador lápiz Infinito te posibilitará escribir hasta 16 km sin requerir afilado, proporcionándote así una concentración óptima durante tus actividades de escritura y dibujo.

Este lápiz no necesita sacapuntas y es fácil de borrar con un borrador.

- c) La invención del lápiz, como propiamente tal (grafito enfundado en una envoltura de madera), data del siglo XVI de la mano del alemán Conrad Von Gesner en el año 1565.

Ya en el siglo XX, en 1915 ,se inventó el portaminas o ever Sharp pencil, que se caracterizaba por tener una punta continua, y, junto con el bolígrafo, se volvieron los instrumentos para escribir por excelencia.

Siglo XXI. Lápiz 'infinito'. A comparación del lápiz convencional hecho de carbón, el lápiz infinito está compuesto por una aleación de metales entre el estaño y bismuto, que al contacto con la hoja y la fuerza aplicada hace una reacción química de oxidación.

3. Mette Lykke es una emprendedora danesa conocida por ser cofundadora y CEO de Too Good To Go, una aplicación móvil que lucha contra el desperdicio de alimentos. La aplicación conecta a los consumidores con establecimientos como restaurantes, supermercados y panaderías que tienen alimentos no vendidos al final del día y que, de lo contrario, habrían sido desechados. Los usuarios pueden comprar estos alimentos a precios reducidos, contribuyendo a la reducción del desperdicio y fomentando un consumo más responsable y sostenible. Mette fue capaz de identificar una problemática global, el desperdicio de



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

alimentos, y pensar en una solución innovadora que no solo resuelve este problema, sino que también ofrece un beneficio económico a los usuarios. El camino hacia el éxito no fue fácil. A lo largo de los primeros años, Mette enfrentó retos como el desarrollo del modelo de negocio, la captación de clientes y la expansión internacional. Sin embargo, su perseverancia le permitió superar estos obstáculos.

Identifica y explica las cualidades emprendedoras de Mette.

Solución:

Algunas cualidades emprendedoras clave de Mette Lykke incluyen:

- Visión y orientación hacia la sostenibilidad: Lykke se dio cuenta del gran problema que representa el desperdicio de alimentos a nivel global y, en lugar de ignorarlo, decidió crear una solución que beneficiara tanto a los consumidores como a los negocios.
- Resiliencia y determinación: Como con cualquier proyecto innovador, "Too Good To Go" enfrentó múltiples desafíos, desde convencer a los negocios de unirse a la plataforma hasta educar a los consumidores. La perseverancia de Lykke fue fundamental para superar estos obstáculos y escalar su empresa internacionalmente.
- Capacidad para inspirar y liderar equipos: Bajo su liderazgo, Lykke ha logrado expandir "Too Good To Go" a varios países, motivando a su equipo a compartir su pasión por reducir el desperdicio de alimentos y promoviendo una cultura de trabajo basada en el impacto positivo.
- Creatividad en modelos de negocio: Lykke ha demostrado una gran habilidad para innovar en la forma de hacer negocios, desarrollando una plataforma accesible y fácil de usar que no solo genera beneficios, sino que también educa a la sociedad sobre un problema ambiental crítico.

4. El informe GEM España 2023/24, analiza la distribución promedio de las fuentes del capital de las empresas españolas. Los resultados se muestran en el siguiente gráfico.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

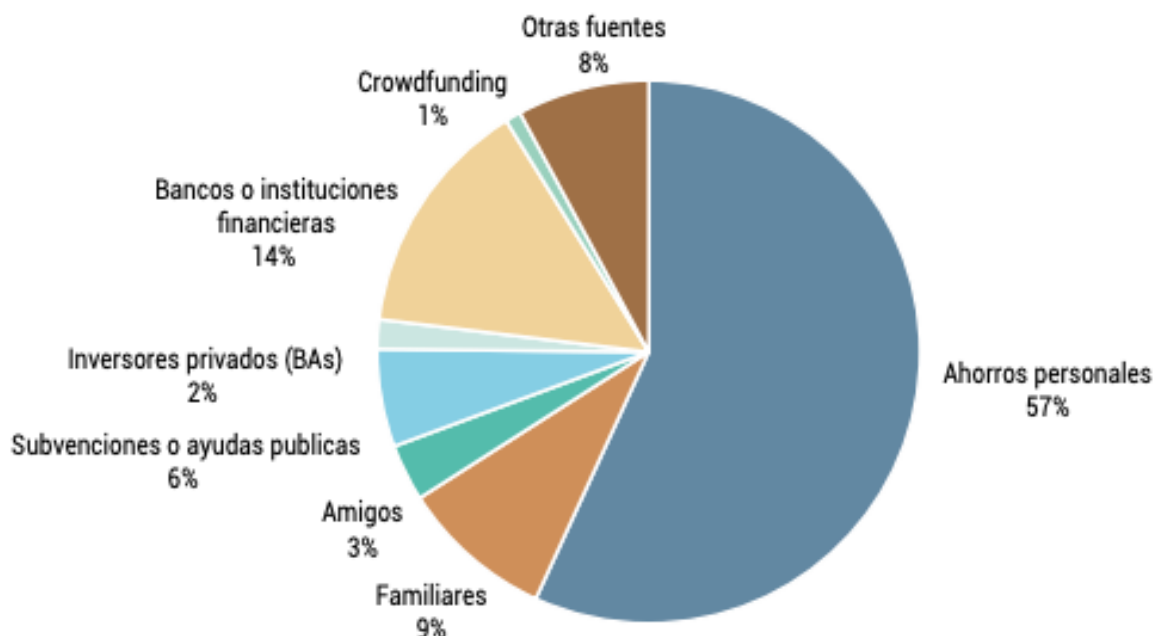


Fig. 3.5. Distribución promedio de las fuentes del capital de las empresas españolas.

Fuente: GEM-España APS 2023.

Con esta información, ¿crees que hay un apoyo claro a la cultura emprendedora? ¿Cómo podría mejorar esta sociedad su cultura empresarial desde el punto de vista de acceso a la financiación?

Argumenta tu respuesta.

De la información que podemos extraer del gráfico sobre la distribución promedio de las fuentes del capital de las empresas españolas, deducimos que falta un apoyo claro a la financiación de los emprendedores/as por parte del sector público, ya que las subvenciones o ayudas públicas suponen solo el 6% de su financiación. En 2023, más de la mitad del capital de arranque de los proyectos emprendedores procede de los ahorros personales de los fundadores. La otra mitad se distribuye entre los préstamos concedidos por bancos e instituciones financieras, en un 14% en 2023, ayudas de familiares (9%), subvenciones (6%) y otras fuentes de financiación residual. En España, ni los inversores privados (*business angels*, BAs)



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

ni el *crowdfunding* (micromecenazgo o financiación colaborativa) se han afianzado todavía como fuentes de financiación habituales de los proyectos emprendedores.

La cultura emprendedora podría mejorar con una apuesta clara por la financiación pública de los proyectos emprendedores, a través de subvenciones o ayudas públicas, o cualquier otra medida que posibilite el emprendimiento. Hay que destacar la importancia de estas medidas en programas de emprendimientos sostenibles ya que van a generar grandes beneficios tanto económicos, sociales como medioambientales.

5. Investiga la siguientes empresas y haz un análisis de cuál es su idea de negocio innovadora y que necesidad satisfacen.

- <https://www.closca.com/es>
- <https://www.timpersbrand.com/>

Solución:

Closca es una empresa española innovadora que se ha destacado por diseñar productos funcionales y sostenibles, alineados con el estilo de vida urbano y responsable. La empresa es conocida principalmente por sus cascos de bicicleta plegables, que combinan tecnología, diseño y seguridad. Estos cascos están pensados para el usuario urbano que busca una solución compacta y fácil de transportar, especialmente en un contexto donde la movilidad sostenible se está volviendo cada vez más relevante.

Timpers es una marca española de zapatillas que ha revolucionado el mercado con su enfoque inclusivo y único en el diseño de calzado. Lo innovador de Timpers radica en que sus zapatillas son diseñadas por personas con discapacidad visual, quienes aportan una visión distinta de los detalles táctiles y visuales, convirtiendo el proceso de diseño en algo verdaderamente accesible e inclusivo. Este enfoque rompe con el esquema convencional de diseño, colocando el sentido del tacto en el centro de la experiencia del producto.

6. ¿En qué apartado del plan situarías la siguiente información? ¿Cómo presentarías dicha información? Martina Zubimendi Díaz,, que se encargará de las compras, tiene el título de técnico en comercio, tiene un nivel medio de inglés, lo habla con bastante soltura y escribe, se ha especializado en negociación de compras, ha trabajado durante quince



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

años en el departamento de logística de una gran empresa de distribución. Debe encargarse de realizar las previsiones de compras, negociar con los proveedores realizar las compras.

Solución:

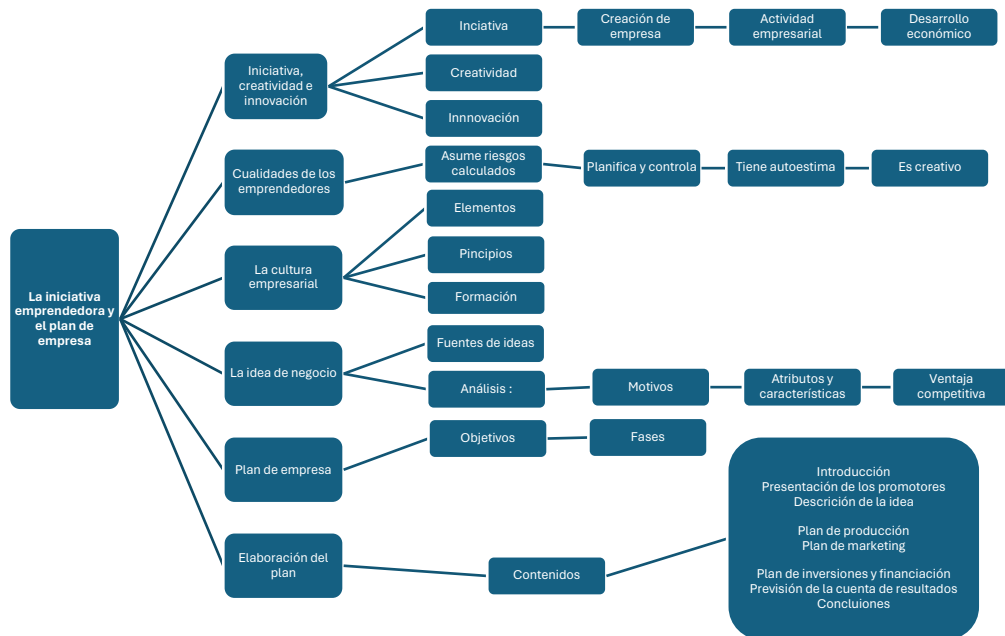
1. Se situaría en la sección de organización y recursos humanos.
2. Se puede presentar mediante el cuadro siguiente:

Puesto de trabajo	Encargada de compras
Funciones básicas	Las funciones básicas a desempeñar es la negociación con los proveedores, y encargarse de las previsiones y compras.
Responsabilidad en la empresa	Del aprovisionamiento de la empresa.
Formación académica oficial	Título de Técnico en comercio.
Experiencia laboral y empresarial	Nivel de inglés a nivel medio, hablado y escrito. Especialista en negociación de compras. 15 años trabajando en el departamento de logística de una empresa de distribución.

Esquema síntesis



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa





La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

En equipo

"Too Good To Go" ha aplicado conceptos de emprendimiento y sostenibilidad para crear su negocio consiguiendo así, luchar contra el desperdicio alimentario, fomentar la creatividad y llevar a cabo una práctica empresarial innovadora. Vamos a profundizar en el estudio de esta empresa.

1. Formad grupos de 3 a 5 personas e investiga a la empresa "Too good to go" en los siguientes aspectos: a) Idea de Negocio: ¿Cómo funciona el modelo de negocio de "Too Good To Go"? ¿Cómo se generan los ingresos y cómo se beneficia tanto el cliente como el establecimiento comercial? b) Sostenibilidad y Medio Ambiente: ¿Cómo contribuye la empresa a la lucha contra el desperdicio alimentario y a la sostenibilidad? ¿Qué impacto tiene su actividad en la reducción de desechos? c) Marketing Social: ¿Cómo utiliza "Too Good To Go" el marketing para atraer a los usuarios y concienciar sobre el desperdicio alimentario? ¿Qué tácticas se utilizan para crear una comunidad activa? d) Innovación en el Emprendimiento: Analizar cómo la empresa ha innovado en el sector alimentario y en el uso de la tecnología. ¿Qué lecciones se pueden aprender de su enfoque emprendedor?

2. A continuación, investigad sobre otras empresas del mismo sector u otro que están implementando acciones sostenibles similares. Analizad su idea de negocio, la contribución al medioambiente, las acciones de marketing que llevan a cabo y su grado de innovación.

1.

a) Idea de Negocio: ¿Cómo funciona el modelo de negocio de "Too Good To Go"? ¿Cómo se generan los ingresos y cómo se beneficia tanto el cliente como el establecimiento comercial?

Too Good To Go conecta a establecimientos que tienen excedentes de comida con consumidores interesados en comprar esos productos a un precio reducido, evitando así el desperdicio de alimentos.

- **Usuarios (clientes):** Descargan la aplicación, buscan establecimientos cercanos con excedentes de comida, y compran una "Magic Box" (caja sorpresa) a precio reducido.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

- **Establecimientos:** Restaurantes, panaderías, supermercados, entre otros, listan sus excedentes en la aplicación para venderlos antes de que se desperdicien.
- **App:** Actúa como intermediaria, facilitando la conexión entre establecimientos y usuarios, gestionando los pedidos y pagos.

b) Sostenibilidad y Medio Ambiente: ¿Cómo contribuye la empresa a la lucha contra el desperdicio alimentario y a la sostenibilidad? ¿Qué impacto tiene su actividad en la reducción de desechos?

Too Good To Go tiene como propósito principal combatir el desperdicio de alimentos, uno de los mayores desafíos globales en materia de sostenibilidad. Su impacto se refleja en varios aspectos:

- **Reducción de excedentes de comida:** Facilita la revalorización de alimentos que, de otro modo, serían desechados, conectando a comercios con consumidores interesados en aprovechar esos productos.
- **Contribución a la economía circular:** Transforma alimentos excedentes en valor económico, social y ambiental, promoviendo el uso eficiente de recursos.
- **Educación y sensibilización:** La empresa también impulsa campañas para educar a consumidores, comercios y gobiernos sobre la importancia de reducir el desperdicio alimentario, como la campaña "Etiqueta Fecha de Confusión" para aclarar la diferencia entre fechas de consumo preferente y de caducidad.
- **Alianzas globales:** Trabaja en colaboración con organizaciones, gobiernos y comunidades para desarrollar políticas y estrategias sostenibles.

c) Marketing Social: ¿Cómo utiliza "Too Good To Go" el marketing para atraer a los usuarios y concienciar sobre el desperdicio alimentario? ¿Qué tácticas se utilizan para crear una comunidad activa?

Too Good To Go emplea estrategias de **marketing social** para combinar la promoción de su aplicación con la concienciación sobre el problema global del desperdicio alimentario. Estas son algunas tácticas clave:



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

- **Mensajes orientados al propósito:** Comunican su misión de combatir el desperdicio alimentario como un llamado a la acción social, conectando emocionalmente con los usuarios que comparten sus valores de sostenibilidad y responsabilidad ambiental.
- **Campañas educativas:** Utilizan contenido en redes sociales, blogs y videos para informar sobre el impacto del desperdicio alimentario en el medio ambiente y el cambio climático, transformando a los usuarios en agentes de cambio.
- **Estrategias de gamificación:** Promueven el uso de su aplicación como una manera divertida y gratificante de salvar alimentos, lo que fomenta el engagement y refuerza la experiencia del usuario.
- **Transparencia:** Comparten datos y logros, como cuántas comidas han salvado y su impacto ambiental, para generar confianza y motivar a más personas a unirse.

d) Innovación en el Emprendimiento: Analizar cómo la empresa ha innovado en el sector alimentario y en el uso de la tecnología. ¿Qué lecciones se pueden aprender de su enfoque emprendedor?

Too Good To Go ha revolucionado el sector alimentario al abordar el problema del desperdicio de alimentos, que representa un desafío global. Demuestra que la innovación no siempre implica crear algo completamente nuevo, sino encontrar formas de optimizar procesos, mejorar el uso de recursos existentes y resolver problemas sociales relevantes. Este caso enseña la importancia de combinar tecnología, sostenibilidad y creatividad en el emprendimiento para lograr un impacto positivo y rentable.

2. A continuación, investigad sobre otras empresas del mismo sector u otro, que estén implementando acciones sostenibles similares. Analizad su idea de negocio, la contribución al medio ambiente, las acciones de marketing que llevan a cabo y su grado de innovación.

Respuesta abierta.

Test de repaso

1-c, 2-b, 3-a, 4-c, 5-b, 6-c, 7-c, 8-b, 9-b, 10-c, 11-b, 12-a, 13-b, 14-b



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

Comprueba tu aprendizaje

Valorar la importancia de la iniciativa individual

1. Explica cómo la iniciativa puede influir en el desarrollo económico de una sociedad.

Solución:

A partir de una persona que tenga una iniciativa de crear una empresa, obtenga los recursos suficientes y la cree, posteriormente desarrolle su actividad empresarial, y con ello puede llegar al desarrollo económico.

2. Laia, una trabajadora en una empresa de tecnología, se da cuenta de que la empresa está perdiendo clientes debido a la falta de un enfoque personalizado en el servicio post-venta. Observa que muchos clientes necesitan ayuda adicional para comprender y utilizar correctamente el producto después de la compra. Aunque la empresa tiene un departamento de atención al cliente, no se ha establecido un protocolo de seguimiento para ayudar a los usuarios nuevos una vez que adquieren el producto. Laia elabora una propuesta que describe la nueva estrategia de seguimiento postventa, detallando los beneficios para la empresa, como el aumento de la retención de clientes y la mejora de la satisfacción. Presenta la idea a su supervisor, destacando cómo esta iniciativa puede reducir las quejas de los clientes, fidelizar a la clientela. Además, Con el visto bueno de la dirección, Laia lidera una prueba piloto, trabajando con un equipo pequeño de atención al cliente para realizar los seguimientos postventa y recopilar feedback directo de los clientes. Después de unos meses, la empresa observa una mejora en la satisfacción del cliente y una reducción en el número de consultas técnicas que resultaban de la falta de entendimiento del producto.

Justifica porqué Laia es una persona con iniciativa abordando su actuación.

Solución:

Laia demuestra iniciativa al identificar y abordar un problema que está afectando a la empresa: la pérdida de clientes debido a la falta de un enfoque personalizado en el servicio postventa. Ella no solo *prevé* las consecuencias negativas de este



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

problema al observar la falta de un protocolo de seguimiento adecuado, sino que también *actúa* proactivamente al elaborar una propuesta que detalla una estrategia de seguimiento postventa. Además, *interviene* directamente al presentar su idea a su supervisor y, al obtener el visto bueno, lidera una prueba piloto con un pequeño equipo. Durante esta prueba, se asegura de realizar los seguimientos y recopilar feedback, lo que permite obtener resultados concretos sobre la eficacia de su propuesta.

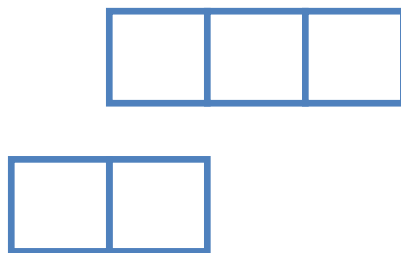
Conocer la importancia de la creatividad aplicada a la empresa

3. Indica qué diferencia existe entre creatividad e innovación respecto a la idea.

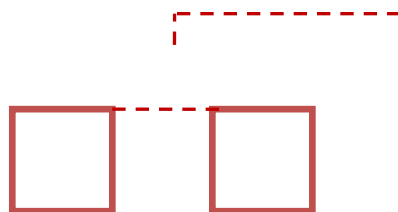
Solución:

La creatividad es la que concibe la nueva idea, mientras que la innovación consiste en ponerla en práctica.

4. Mueve dos líneas rectas de los cuadros que se presentan a continuación, con el fin de formar cuatro cuadros iguales, procurando que todas las líneas formen parte de los cuadros:

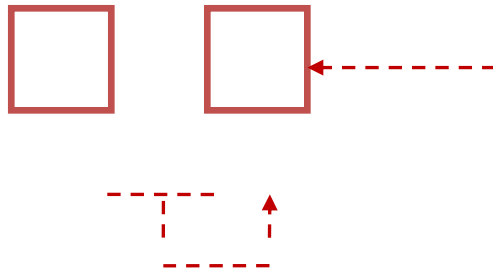


Solución:





La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

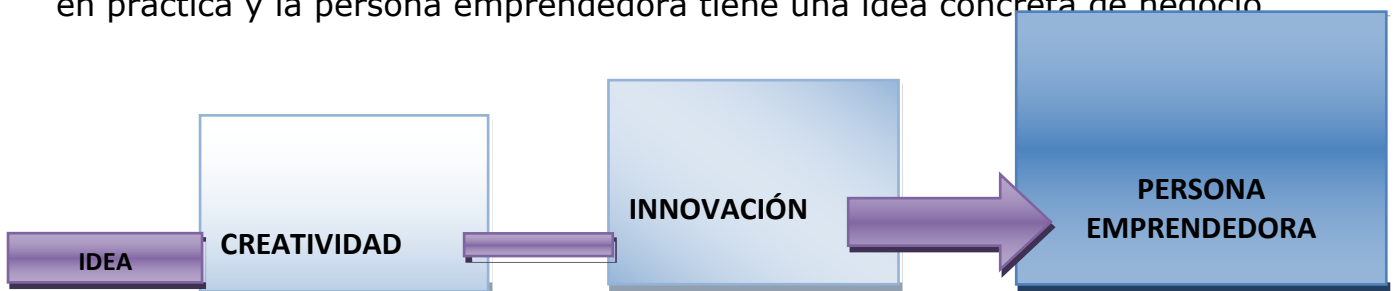


Evaluar la importancia de la creatividad en la iniciativa emprendedora

5. La creatividad, la innovación y la persona emprendedora tienen un nexo común. ¿Sabrías decir cuál es? Arguméntalo y represéntalo con un esquema o imagen.

Solución:

El nexo común es la idea, porque la creatividad la concibe, la innovación la pone en práctica y la persona emprendedora tiene una idea concreta de negocio.



6. Indica las capacidades que debe poseer todo empresario emprendedor cuando tiene una idea de negocio.

Solución:



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

- Detecta y aprovecha las oportunidades que se le presentan.
- Reúne los recursos adecuados para ejecutar la oportunidad.
- Pone en funcionamiento la idea.

7. En grupo, os colocaréis en círculo con un bolígrafo y un papel cada uno. En la cabecera del papel escribiréis vuestro nombre y le pasaréis la hoja a la persona que tengáis al lado. Cuando recibáis la hoja con el nombre de un compañero, escribiréis en ella una cualidad positiva del mismo. Una vez que todos hayáis escrito en las hojas del resto de compañeros, cada uno cogerá la suya y la leerá en alto. El objetivo del ejercicio es que reforcéis vuestra autoestima, una cualidad básica de cualquier emprendedor.

Solución:

Respuesta libre.

8. Con ayuda de Internet, busca la idea originaria que impulsó a Soichiro Honda, fundador de Honda Motor a convertirla en la empresa que conocemos hoy.

Solución:

Soichiro Honda, en 1946, aprovechó los motores pequeños que dejaron los soldados norteamericanos y los instaló en su bicicleta, haciéndolos funcionar con queroseno. Sus amigos empezaron a pedirle que hiciera más bicicletas motorizadas, llegando de esta forma la idea de empezar a fabricar las motocicletas.

9. Enumera los principios esenciales para el desarrollo de la cultura emprendedora.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

Solución:

- La formación integral.
- Reforzar los procesos del trabajo en equipo.
- Considerar los derechos de las personas de forma individual.
- Apoyar los proyectos emprendedores sostenibles.

Saber qué es la idea de negocio

10. ¿Qué es la idea de negocio? Enumera los requisitos para que una idea se convierta en proyecto empresarial.

Solución:

La idea de negocio es el fundamento principal que da inicio al proyecto empresarial:

- Las personas implicadas en el proyecto deben tener formación y conocimientos del sector empresarial que van a desarrollar.
- La idea debe ser realizable, o sea, que pueda convertirse en realidad, a nivel técnico, y empresarial.
- Que sea viable económicamente, con el fin de compensar la inversión económica para su puesta en marcha, y que perdure en el tiempo.

Conocer las partes de un plan de empresa

11. Describe las diferentes viabilidades que evalúa un plan de empresa. Argumenta la importancia del estudio de cada una de ellas.

- La viabilidad de mercado: ¿existe demanda? ¿Qué necesidades cubrirá el producto o

servicio? ¿Cómo se comportan los competidores?

- La viabilidad técnica: disponibilidad de recursos, tecnología necesaria y capacidad de producción.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

- La viabilidad organizativa: estructura organizativa, personal necesario, habilidades requeridas

y diseño de procesos.

- La viabilidad legal y normativa: cumplimiento de regulaciones locales e internacionales,

derechos de propiedad y licencias, entre otras.

- La viabilidad económico-financiera: análisis fundamental dentro del plan de empresa

para determinar si una idea de negocio es rentable y sostenible desde el punto de vista

económico, es decir, si genera los ingresos suficientes para cubrir sus costes y obtener

beneficios.

- La viabilidad de impacto: análisis de la sostenibilidad y de la responsabilidad social; cómo

la empresa contribuirá al entorno y a su comunidad.

12. ¿Cuántos tipos de plan de empresa existen en función de las necesidades u objetivos que se buscan? Pon un ejemplo que explique cada tipo de empresa.

• Plan de empresa completo: Es el más detallado y abarca todos los aspectos del negocio. Por ejemplo, una Startup que está desarrollando un producto y busca financiación.

• Plan de empresa resumido: Una versión más breve, centrada en los puntos más esenciales. Por ejemplo, una empresa que quiere presentar su modelo de negocio a otras empresas con las que poder colaborar.

• Plan de empresa operativo: Se enfoca en la parte de gestión y funcionamiento diario de la empresa. Por ejemplo, una empresa que quiere reestructurar su organización.

13. Realiza un esquema de un plan de empresa, donde se contemplen los contenidos principales y los puntos básicos de estos.

Solución:



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

PLAN DE EMPRESA:

Introducción:

- Denominación del plan de empresa
- Localización de la empresa
- Fecha de inicio
- Forma jurídica
- Breve exposición de la actividad empresarial
- Determinación de la plantilla de trabajadores
- Inversión prevista para realizar el plan de empresa

Promotores del plan:

- Datos de los promotores
- Currículo de los mismos
- Descripción del grado de compromiso de los promotores

Descripción de los productos/servicios:

- Exposición del concepto del producto/servicio
- Enumeración de los atributos
- Componentes innovadores

El plan de producción:

- Fase de investigación
- Localización de la fábrica
- Posibilidades de expansión de la fábrica
- Detalle de las instalaciones y maquinaria
- Determinar el volumen de producción
- Establecimiento de los controles de calidad e inspección

Análisis del mercado:

- Aspectos generales del mercado
- Estudio de los clientes potenciales



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

Análisis de la competencia

Impedimentos de acceso al mercado actual y futuros

Plan de marketing:

Política de precios

Política de distribución y ventas

Política de publicidad y promoción

Descripción del servicio y atención al cliente

Organización y RRHH:

Funciones de los cargos directivos

Categorías laborales

Política del departamento de RRHH

Plan de inversiones:

Inversiones en activo fijo

Inversiones en capital circulante

Previsión de la cuenta de resultados:

Financiación prevista:

Balance

Estado de origen y aplicación de fondos

Valoración del riesgo



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

Reto profesional - EcoGreen

Investiga

Recordemos el caso de Andrea, presentado al comienzo de la unidad. Para que su idea se haga realidad, necesita cumplir con requisitos como la inversión inicial en tecnologías, crear un equipo capacitado y fomentar la conciencia ecológica en la comunidad. La propuesta de EcoGreen es innovadora y clara: fabricar productos de papelería y material de oficina biodegradables a partir de desechos plásticos y orgánicos que, de otra forma, terminarían en los vertederos. Su modelo de negocio incluye ventas directas en línea a particulares, escuelas, asociaciones y empresas que estén concienciados con la sostenibilidad. A lo largo de la unidad hemos identificado la capacidad de iniciativa, creatividad e innovación que ha tenido Andrea, así como las cualidades que tiene como emprendedora. ¿Qué principio aplica para desarrollar una cultura emprendedora?

Hemos detectado los requisitos para que su idea se haga realidad y su fuente de inspiración, y, por último, hemos pensado en productos que podría fabricar y distribuir, generando así una serie de ventajas competitivas. Vamos a seguir aportando información al proyecto 'EcoGreen'. Es el momento de que pensemos en la misión, la visión y los valores que quiere transmitir. Inspirarte en empresas similares o con un alto grado de preocupación por el medioambiente. Haz una estimación sencilla de la inversión que requeriría montar la empresa. ¿Quién sería su principal competencia? Analiza el mercado en el que se instalaría.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

Elabora

Andrea sabe que para convencer a inversores y asegurar el éxito de 'EcoGreen', necesita un plan de empresa. Con la información que hemos obtenido a lo largo de la unidad y la que hemos ido aportando nosotros, vamos a dar los primeros pasos en la elaboración de su plan de empresa. Trabajad en grupos de cuatro personas, y seguid las siguientes indicaciones:

- **Empezaremos por la descripción de los promotores: Recopilad la información sobre la iniciativa, creatividad y innovación que ha mostrado Andrea, así como sus cualidades como emprendedora.**
- **Ahora es el momento de argumentar de forma clara la idea de negocio. Haced énfasis en su preocupación medioambiental y su aportación a la sociedad. Explicad los productos o servicios concretos que habéis pensado.**
- **Analizad el mercado, identificando los aspectos básicos del mismo: clientes potenciales, empresas competidoras y posibles impedimentos actuales y futuros para acceder a dicho mercado.**
- **Plan de marketing. Describid de forma breve las cuatro variables del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación. Diseñad una campaña de marketing enfocada en las redes sociales, destacando los valores de la marca y la importancia de reducir la huella ecológica. Aprovecha la historia de 'EcoGreen' para conectar emocionalmente con los consumidores.**
- **Por último, elaborad el resumen ejecutivo. En este apartado incluiremos, el nombre de la empresa, descripción del negocio, incluyendo misión, visión, objetivos y valores. También una breve exposición de la actividad empresarial, y una estimación de la inversión requerida de forma orientativa.**

Presenta

Cada grupo explicará al resto de la clase el plan de empresa elaborado utilizando Canva como herramienta de presentación.



La iniciativa emprendedora y el plan de empresa

Respuesta abierta.