

Índice

Introducción	11
 1. Cultura emprendedora y sostenibilidad	 17
1.1. Emprendimiento y sostenibilidad corporativa	18
1.1.1. Emprendimiento	18
1.1.2. Sostenibilidad corporativa	22
1.1.3. Emprendimiento sostenible	26
1.2. Competencias y habilidades de las personas emprendedoras	31
1.2.1. Cualidades propias para el emprendimiento	32
1.2.2. Competencias básicas para el emprendimiento	33
1.2.3. Competencias específicas para el emprendimiento sostenible	35
1.3. Creatividad y sostenibilidad	38
1.3.1. Creatividad y surgimiento de la idea emprendedora	38
1.3.2. Viabilidad de la idea emprendedora	41
1.3.3. Creatividad y surgimiento de ideas sostenibles	43
1.4. El plan de negocio sostenible	45
1.4.1. El plan de negocio: utilidad y características	45
1.4.2. Estructura del plan de negocio	46
CASO 1. <i>Hotel Voramar. Empezar desde la sostenibilidad</i>	48
Referencias bibliográficas	56
 2. Emprendimiento social	 59
2.1. Emprendimiento social <i>versus</i> emprendimiento comercial	60
2.1.1. Concepto de «emprendimiento social»	60
2.1.2. El proceso del emprendimiento social	65
2.1.3. Resultados de los emprendimientos sociales	70

2.2. La figura de la persona emprendedora social	72
2.2.1. Características específicas de la persona emprendedora social	73
2.2.2. Tipos de personas emprendedoras sociales	74
2.2.3. Las redes sociales en el emprendimiento social	76
2.3. La empresa social	78
2.3.1. Finalidad de las empresas sociales	78
2.3.2. Tipos de empresas sociales	82
2.3.3. Unión Europea y empresas sociales	85
CASO 2. <i>Cuinaterra. Restauración colectiva sostenible</i>	87
Referencias bibliográficas	101
 3. Modelos de negocio sostenible y triple propuesta de valor	 105
3.1. La creación de valor como fuente de ventaja competitiva	106
3.1.1. Creación de valor: la cadena de valor	106
3.1.2. Captura de valor	110
3.1.3. Entrega de valor	111
3.2. El modelo Canvas de triple capa	113
3.2.1. El triple balance o <i>Triple Bottom Line</i>	114
3.2.2. El modelo Canvas	116
3.2.3. La triple propuesta de valor	120
3.3. El modelo de la economía del bien común	123
3.3.1. Qué es el bien común	124
3.3.2. Fundamentos teóricos del modelo y su relación con el emprendimiento social	126
3.3.3. La matriz del bien común	130
CASO 3. <i>Som Alimentació. La alimentación en manos de la gente</i>	134
Referencias bibliográficas	142
 4. Modelos de negocio sostenible e innovación	 145
4.1. Gestión sostenible de la innovación	146
4.1.1. La innovación en el emprendimiento	146
4.1.2. <i>Start-ups</i> : empresas emergentes de base tecnológica	153
4.1.3. La matriz de ambición de la innovación	155
4.2. Innovación social	157
4.2.1. Qué es y que no es la innovación social	158
4.2.2. Etapas del proceso de innovación social	160
4.2.3. Experiencias de innovación social	162
4.3. El modelo <i>Lean Start-up</i>	164
4.3.1. La esencia del <i>Lean Start-up</i>	164
4.3.2. Modelo de atracción de nuevos clientes	168
4.3.3. Modelo <i>Stage-Gate</i>	169
CASO 4. <i>Elixir Café. De la tierra a tu taza y de tu taza a la tierra</i>	171
Referencias bibliográficas	176

5. Financiación y emprendimiento sostenible	177
5.1. Financiación tradicional	178
5.1.1. Condiciones previas para la búsqueda de financiación	178
5.1.2. Fuentes tradicionales de financiación	180
5.1.3. Las microfinanzas y los microcréditos	185
5.2. Financiación en tiempos de crisis	186
5.2.1. Inclusión/exclusión financiera	187
5.2.2. Finanzas colaborativas y <i>crowdfunding</i>	191
5.2.3. Inversores sociales y capital riesgo	195
5.3. Finanzas éticas y sostenibles	198
5.3.1. Banca social y de proximidad	198
5.3.2. Banca ética	202
5.3.3. Finanzas éticas no bancarias	209
CASO 5. <i>Fiare Banca Ética. Una herramienta de transformación social a través de la financiación</i>	222
Referencias bibliográficas	231
6. Valoración de resultados del emprendimiento sostenible	233
6.1. Factores de éxito/fracaso del emprendimiento	234
6.1.1. Riesgos asociados al emprendimiento	234
6.1.2. Factores de fracaso del emprendimiento	237
6.1.3. Factores de éxito del emprendimiento	238
6.2. La creación de valor compartido	240
6.2.1. Concepto de «valor compartido»	241
6.2.2. Cómo se crea valor compartido	242
6.2.3. Las empresas híbridas	246
6.3. El balance del bien común	247
6.3.1. El manual del balance del bien común	248
6.3.2. El informe del bien común	249
6.3.3. El plan de mejora	250
6.4. El <i>Balanced Scorecard</i> sostenible	252
6.4.1. Fundamentos del <i>Balanced Scorecard</i>	252
6.4.2. Las perspectivas clásicas del <i>Balanced Scorecard</i>	253
6.4.3. La quinta perspectiva del <i>Balanced Scorecard</i>	254
CASO 6. <i>Supernaranjas. Valor social desde el campo</i>	257
Referencias bibliográficas	264
Conclusiones	267
Bibliografía	281