

INFORME DE VALIDACIÓN METODOLOGÍA DE INCUBACIÓN 2023

Contents

page

01

Introducción del proyecto

02

Socios del proyecto

04

Introducción y contexto

06

Calendario de incubación de JV

09

Características principales

10

Banco de ideas de negocio en 3 países

13

Participación en el proceso de incubación

16

Voluntarios, entrenadores, mentores y entrenadores

20

Sesiones de entrenamiento

25

Mentoring y coaching

27

Proyectos incubados y otros resultados

31

Comunicación y difusión

37

Seguimiento del proceso de aprendizaje empresarial

46

Búsqueda de alianzas con empresas

46

Oportunidades de financiación para emprendedores

57

Conclusiones y recomendaciones

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación [comunicación] refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

Introducción del proyecto



Joint Venture - negocios entre personas socialmente excluidas y ONG - es un proyecto Erasmus + que tiene como objetivo construir un mundo empresarial más inclusivo al permitir la colaboración entre ONG, empresarios y personas en riesgo de inclusión social.

NUESTRA TAREA

Los socios de la empresa conjunta tienen la tarea de producir:

1. Materiales formativos adaptados a las necesidades del mundo empresarial, de los emprendedores en riesgo de exclusión y de los profesionales de las ONG
2. Ochenta y ocho ejemplos de mejores prácticas de proyectos empresariales liderados por ONG de toda Europa que han demostrado ser económica y socialmente viables
- 3. Una guía práctica de autenticación para viveros de empresas (un programa especialmente diseñado para ayudar a las jóvenes empresas emergentes a innovar y crecer) trabajando con nueve empresarios y sus ONG individuales. De esta manera, construiremos modelos de negocio apoyados por profesionales del mundo empresarial**

4. Indicadores que medirán

Socios del proyecto

Page | 2

El consorcio Joint Venture está formado por seis organizaciones especializadas en la formación de adultos para personas desfavorecidas que se enfrentan a la exclusión social y económica, y representa una asociación en cinco países europeos, incluidos el Reino Unido, España, Bulgaria, Rumania e Italia..



COMMUNITY ACTION DACORUM

Reino Unido

Community Action Dacorum (CAD) is a charity that provides a circle of support to the local community. As a council for voluntary service, they bring people together to achieve more in their communities and improve quality of life. CAD supports voluntary organisations and community groups at the early stages of their development, provides funding advice, representation and a payroll service to help organisations grow and flourish, and deliver services and projects that support local individuals, businesses and community groups.



ASOCIACIÓN CON VALORES

España

The Con Valores Association is an NGO with a business focus, using professionals from the business world to solve social challenges. Their focus is job creation through entrepreneurship. They have created an environment where the business world works together with the social world, where companies contribute their experience to create an inclusive productive fabric while the NGOs share their knowledge in integrating people at risk of exclusion.



FI GROUP

Spain

FI Group es líder en los sectores de investigación, desarrollo e innovación tanto a nivel nacional como europeo, y cuenta con un ambicioso plan de internacionalización. Cuentan con un Grupo de Responsabilidad Social Corporativa que tiene como objetivo promover y coordinar iniciativas relacionadas con el medio ambiente, la ayuda social, la vida saludable, la lucha contra la corrupción y la igualdad, además de colaborar con entidades sin ánimo de lucro dedicadas a algunas de estas causas.



CSC DANILO DOLCI

Italy

El Centro para el Desarrollo Creativo "Danilo Dolci" es una asociación sin fines de lucro que involucra a jóvenes y adultos, que actúa principalmente a través de proyectos en el campo educativo llevados a cabo en cooperación con escuelas, universidades, instituciones, asociaciones y grupos sociales tanto a nivel local como internacional. Organizar talleres mayéuticos en escuelas, universidades, organizaciones e instituciones. Sus actividades incluyen la organización de actividades culturales y educativas que promueven la vida y el trabajo de Danilo Dolci, y la organización de seminarios europeos, cursos de formación, intercambios juveniles, etc.



THE CASA IOANA ASSOCIATION

Romania

La Asociación Casa Ioana (Casa Ioana) es una ONG que empodera a los sobrevivientes de abuso doméstico y la falta de vivienda familiar para la autodependencia. Las actividades están diseñadas para apoyar a las sobrevivientes desde el momento en que dejan a sus abusadores hasta que se sienten listas para seguir adelante. Proporcionar alojamiento seguro y ayuda con las comidas garantiza que se satisfagan las necesidades físicas y personales del beneficiario, mientras que el apoyo psicosocial vital y la ayuda con habilidades para la vida y el trabajo permiten a los sobrevivientes ser financieramente independientes.



CEED se es que neces. Proporcion acelerador empresario combinación de conexiones de mercado, participación comunitaria, desarrollo de capacidades y acceso al capital. CEED impulsa el crecimiento económico desarrollando, conectando y acelerar la pr en su enfoqu y el apoyo prósperas. programas mentores y utiliza una desarrollo de capacidades y acceso al capital. CEED impulsa el crecimiento económico desarrollando, conectando y acelerar la pr en su enfoqu



Introducción y contexto

El objetivo general del proyecto Joint Venture es diseñar una nueva metodología de incubación para personas en riesgo de exclusión, pero, y esta es la parte más innovadora, trabajar conjuntamente con una ONG y con el apoyo del mundo empresarial.

1. Introducción y contexto

El objetivo general del proyecto Joint Venture es diseñar una nueva metodología de incubación para personas en riesgo de exclusión, pero, y esta es la parte más innovadora, trabajar conjuntamente con una ONG y con el apoyo del mundo empresarial. Validaremos la efectividad de este modelo híbrido de colaboración entre emprendedores y ONGs, analizando las mejores prácticas, contenidos formativos y validando la incubación de 9 joint ventures (emprendedores más una ONG). Por último, pondremos esta nueva metodología a disposición de todas las ONG y administraciones de Europa. De esta manera, crearemos un recurso útil, y apoyaremos a las ONG en la creación de nuevas vías de ingresos, ayudando a resolver la situación de 83 millones de personas en riesgo de exclusión.

En este informe, nos centraremos principalmente en el Resultado Intelectual 3 (Validación de la metodología de incubación) que fue coordinado por Asociación Con Valores durante el invierno y la primavera 2021-2022. Nuestro objetivo es explicar y evaluar los principales pasos, metodologías y resultados. Su objetivo es evaluar y demostrar cómo implementar un modelo de incubación de empresas inclusivas para personas en riesgo de exclusión con el apoyo de la comunidad empresarial y las ONG.

que estén interesados en usar, modificar y mejorar el modelo. Confiamos en que los modelos de incubación inclusivos, como el creado por la Joint Venture Partnership con la ayuda del mundo empresarial, puedan ofrecer soluciones creativas a los problemas sociales y económicos que atraviesa ahora la Unión Europea.

Los socios de Joint Venture creen que esta incubadora se convertirá en un innovador modelo de trabajo híbrido de empresa y ONG. Este modelo también contará con el apoyo de la comunidad empresarial. Será una situación beneficiosa para todos los involucrados: las empresas que realizan actividades de RSE de acuerdo con sus conocimientos y alcance; las organizaciones sin fines de lucro, que tendrán la comprensión del mercado de la que carecen y pueden garantizar su enfoque en el emprendimiento de las personas con las que trabajan; y los emprendedores, que tendrán acceso a una red de apoyo, recursos y estructura que no tienen por sí mismos.

Todos los socios del proyecto participaron en el proceso de asignación de tareas para el desarrollo del IO3. Los perfiles de cada participante dieron lugar a la perspectiva de que todos podrían contribuir a cada producción intelectual al tiempo que permitían que cada socio se especializara en tareas particulares. Estos fueron:

1. Validación práctica de la metodología de incubación - ACV, CASA IOANA y Danilo Dolci

Al proporcionar este documento, esperamos difundir esta metodología y hacerla accesible a otras organizaciones en Europa.

2. Formación y KPIs – FI GROUP y DACORUM

3. Seguimiento y evaluación del proceso de aprendizaje emprendedor – CEED

4. Búsqueda de alianzas con empresas - ACV, CASA IOANA y Danilo Dolci

5. Búsqueda de financiación para emprendedores – CEED

La metodología utilizada en IO3 fue, en términos generales:

1. Identificación de oportunidades de microemprendimiento con las ONG y los profesionales de negocios

2. Selección de empresarios con ONG

3. Programa de inclusión consistente en tutoría, formación, coaching y validación con la empresa que identificó la idea

4. Búsqueda de financiación

5. Seguimiento

La metodología aparecerá en detalle a lo largo de este documento.

El problema de Covid-19, que comenzó en 2020, sigue teniendo un impacto significativo en las empresas y el empleo, a pesar de los esfuerzos de los estados para apoyar al sector. Desde el inicio de la crisis sanitaria, se han perdido numerosos negocios y puestos de trabajo. Industrias como el turismo y los sectores cultural y creativo se ven particularmente afectados, y se requieren reformas significativas para que sigan siendo competitivos. El nivel general de pobreza en Europa y en el resto del mundo está aumentando a medida que más y más personas pierden sus empleos y corren el riesgo de sentirse excluidas de la sociedad. En ese sentido, un modelo de incubación de empresas inclusivas como el que estamos creando podría contribuir a resolver los problemas básicos que subyacen a esta crisis: un crecimiento de la pobreza y los fracasos empresariales.

Hay incubadoras sociales que trabajan con empresarios en riesgo de exclusión en Europa en estos momentos, e incluso ha habido algunos casos de éxito aislados en los que estos empresarios han implementado una iniciativa de negocios con la ayuda de la ONG que

incubadora con un método de incubación particular para construir equipos mixtos entre A

les estaba brindando apoyo. Sin embargo, no existe una incubadora con un método de incubación particular para formar equipos mixtos entre ONG y empresas en riesgo de exclusión. Para validar este proceso de incubación, esto es lo que planeamos realizar en esta OI.

Por esta razón, también queremos que este informe sea un instrumento práctico para explicar y convencer a los diferentes actores que deben participar en la implementación de dichos modelos:

1. ONG y servicios de asistencia social que trabajan con personas en riesgo de exclusión
2. Sector privado dispuesto a apoyar iniciativas empresariales inclusivas

La cooperación del sector social ha sido esencial para localizar, contactar y elegir a los futuros empresarios. Nuestros contactos trabajaron en estrecha colaboración tanto durante las etapas de preparación de la incubadora como durante la convocatoria de participantes.

Un requisito crucial para la implementación exitosa de esta incubadora ha sido la participación del sector privado. Docenas de especialistas en negocios respondieron al proyecto y brindaron asistencia en varias etapas.



Calendario de incubación de JV

2. Calendario de incubación de JOINT VENTURE

Asociación Con Valores - España

Mes/Año	¿Qué se hizo?
Noviembre 2021 Diciembre 2021	- Reuniones informales con ONGs y empresas para explicar el proceso de incubación - Reclutamiento de voluntarios para la coordinación de la incubación - Identificación de oportunidades de negocio para personas en riesgo de exclusión: creación de un banco de ideas
Enero 2022	- Convocatoria de participantes (nuevos emprendedores) - Convocatoria para profesionales (mentores y coaches) - Lanzamiento de una campaña de comunicación a nivel local y nacional
Febrero 2022	- Reunión informativa - Selección de los nuevos emprendedores - Selección de formadores, mentores y coaches - Formación para profesionales - Creación del equipo de incubación - Encuentro de networking entre nuevos emprendedores y mentores
Marzo 2022 Abril 2022 Mayo 2022	INCUBACIÓN JOINT VENTURE - Actividades de construcción de grupos 12 sesiones de entrenamiento de 4 horas (todos los lunes) - Nuevos emprendedores incubados - Mentores involucrados 12 modelos de negocio incubados
Junio 2022 Julio 2022 Agosto 2022	SEGUIMIENTO DE LA INCUBACIÓN JOINT VENTURE - Evaluación del proceso de incubación - Seguimiento mensual de los proyectos incubados y evaluación de oportunidades de aprendizaje - Traducción de los principales materiales de comunicación - Búsqueda de oportunidades de financiación para emprendedores
Septiembre 2022 Octubre 2022	- Campaña europea sobre los principales resultados - Informes

Casa Ioana Association - Romania

Month/Year	What was done
Noviembre 2021 Diciembre 2021	- Conversaciones informales con ONG y empresas potenciales para explicar el proceso de incubación de Joint Venture - Seleccionar y nominar al coordinador para el proceso de incubación - Identificación de oportunidades de emprendimiento para el banco de ideas
Enero 2022	- Identificación de oportunidades de emprendimiento para el banco de ideas - Discusiones con ONG sobre la convocatoria de participantes (nuevos empresarios) - Discusiones con profesionales de negocios para participar en el proceso de incubación (formadores/mentores y coaches)
Febrero 2022	- Análisis y validación de las ideas de negocio - Selección de formadores, mentores y coaches
Marzo 2022	- Selección de personas en riesgo de exclusión como nuevos emprendedores - Creación del equipo de incubación
Abril 2022 Mayo 2022	- Organización del proceso de incubación - Creación de las actividades para el proceso de incubación
Junio 2022 Julio 2022 Agosto 2022	- Traducción de los materiales para las sesiones de formación - Actualización de la información al público objetivo (nuevos emprendedores)
Septiembre 2022 Octubre 2022	INCUBACIÓN JOINT VENTURE - Actividades de construcción de grupos - Sesiones de entrenamiento de 8 horas (todos los viernes) - Nuevos emprendedores incubados - Mentores involucrados
Noviembre 2022	SEGUIMIENTO DE LA INCUBACIÓN JOINT VENTURE - Evaluación del proceso de incubación - Seguimiento de los proyectos incubados y evaluación de oportunidades de aprendizaje - Búsqueda de oportunidades de financiación

CSC Danilo Dolci - Italy

Month/Year	What was done
Noviembre 2021 Diciembre 2021	- Reuniones informales con ONGs y empresas para explicar el proceso de incubación - Reclutamiento de voluntarios para la coordinación de la incubación
Agosto 2022	- Convocatoria de participantes (nuevos emprendedores) - Convocatoria para profesionales (mentores y coaches) - Lanzamiento de una campaña de comunicación a nivel local y nacional
Septiembre Octubre 2022	- Reunión informativa - Selección de los nuevos emprendedores - Selección de formadores, mentores y coaches - Formación para profesionales - Creación del equipo de incubación - Encuentro de networking entre nuevos emprendedores y mentores
Noviembre 2022 Diciembre 2022	INCUBACIÓN JOINT VENTURE - Actividades de construcción de grupos - Nuevos emprendedores incubados - Mentores involucrados 2 ideas incubadas
Marzo 2023 Abril 2023	SEGUIMIENTO DE LA INCUBACIÓN JOINT VENTURE - Evaluación del proceso de incubación - Seguimiento mensual de los proyectos incubados y evaluación de oportunidades de aprendizaje - Traducción de los principales materiales de comunicación - Búsqueda de oportunidades de financiación

Características principales

3. Características principales

Emprendedores inscritos	Se invitó a personas en riesgo de exclusión a responder a la convocatoria de participantes en febrero de 2022. Quince personas respondieron a la convocatoria de participantes realizada por Casa loana.
Emprendedores seleccionados	Después de las entrevistas, 9 personas fueron seleccionadas para formar parte del proceso de incubación de ACV, Danilo Dolci y Casa loana. Los nuevos emprendedores se organizaron en 9 proyectos diferentes (ONG) teniendo en cuenta sus perfiles, experiencias e ideas de negocio.
Involucrando a profesionales	Joint Venture también lanzó una convocatoria para profesionales de negocios para reclutar voluntarios para apoyar a la incubadora como capacitadores, mentores o entrenadores.
12 semanas de incubación / 420 horas de formación, mentoring y coaching	La incubadora de Joint Venture ofreció a los participantes la oportunidad de participar en un programa de incubación de 12 semanas, que representa un total de 420 horas entre capacitación, tutoría, coaching y otras tareas realizadas por los participantes para diseñar sus modelos de negocio.
Ocho proyectos incubados	Al final del programa de incubación, la incubadora Joint Venture apoyó la definición y el lanzamiento de 8 ideas de negocio desarrolladas por personas en riesgo de exclusión con el apoyo de ONG.
Seguimiento y evaluación de oportunidades de aprendizaje	La evaluación de la validación práctica de los modelos de negocio mediante cuestionarios se llevó a cabo mensualmente.
Búsqueda de oportunidades de financiación	Se exploraron las opciones de financiación que pueden ser utilizadas por los empresarios una vez que su modelo de negocio ha sido finalizado y validado.

Banco de ideas de negocio en 3 países

Investigaciones anteriores sobre las personas en nuestra categoría objetivo mostraron que con frecuencia eligieron convertirse en empresarios por necesidad en lugar de un deseo. Como resultado, a veces se embarcan en sus negocios sin tener una idea específica y adecuada con la que trabajar.

4. Banco de ideas de negocio en tres países

Antes del proceso de incubación, se formó un pequeño grupo de voluntarios con el fin de encontrar posibles posibilidades de negocio para personas en riesgo de exclusión .

Esas oportunidades de negocio se identificaron de acuerdo con 3 criterios principales:

- no deben requerir inversión;
- No deben requerir un alto nivel de especialización / estudios
- Deben poder ser aplicadas rápidamente por personas en riesgo de exclusión.

Durante esta fase, nueve profesionales de ONGs trabajaron en la creación del banco de ideas siguiendo estos pasos:

Paso 1 "Ideas felices" = Los profesionales de las ONG proponen ideas de sus respectivos campos, sin tener en cuenta la viabilidad. Crean una lista de 3 posibles proyectos empresariales, compartiendo sus ideas y proporcionando mejores definiciones si es necesario.

Paso 2 Análisis - Los profesionales analizan esas ideas teniendo en cuenta los 3 criterios principales: no se requiere inversión, bajo nivel de especialización y experiencia y alto potencial de replicabilidad. Luego reformulan o rechazan esas ideas.

Paso 3 Validación - Los profesionales luego "van al mercado" para validar su hipótesis. Para cada idea visitan al menos a otros 10 profesionales en el campo y evalúan con ellos la viabilidad de las posibles ideas de negocio.

Paso 4 Definición - Una vez que las ideas han sido validadas por la comunidad empresarial, cada idea está claramente definida para integrarla en el banco de ideas. Este banco de ideas estará disponible para los nuevos empresarios cuando participen en el programa de incubación. Luego pueden elegir entre emprender su propia idea o uno del banco de ideas.

Paso 1	"Ideas felices"	Los profesionales de las ONG proponen ideas de sus respectivos campos, sin tener en cuenta la viabilidad. Crean una lista de 3 posibles proyectos empresariales, compartiendo sus ideas y proporcionando mejores definiciones si es necesario.
Paso 2	Análisis	Los profesionales analizan esas ideas teniendo en cuenta los 3 criterios principales: no requiere inversión, bajo nivel de especialización y experiencia y alto potencial de replicabilidad. Luego reformulan o rechazan esas ideas.
Paso 3	Validation	The professionals then "go to the market" to validate their hypothesis. For each idea they visit at least 10 other professionals in the field and evaluate with them the viability of the potential business ideas.
Paso 1	"Ideas felices"	Los profesionales de las ONG proponen ideas de sus respectivos campos, sin tener en cuenta la viabilidad. Crean una lista de 3 posibles proyectos empresariales, compartiendo sus ideas y proporcionando mejores definiciones si es necesario.
Paso 2	Análisis	Los profesionales analizan esas ideas teniendo en cuenta los 3 criterios principales: no requiere inversión, bajo nivel de especialización y experiencia y alto potencial de replicabilidad. Luego reformulan o rechazan esas ideas.
Paso 3	Validación	Los profesionales luego "van al mercado" para validar su hipótesis. Para cada idea visitan al menos a otros 10 profesionales en el campo y evalúan con ellos la viabilidad de las posibles ideas de negocio.
Paso 4	Definición	Una vez que las ideas han sido validadas por la comunidad empresarial, cada idea está claramente definida para integrarla en el banco de ideas. Este banco de ideas estará disponible para los nuevos empresarios cuando participen en el programa de incubación. Luego pueden elegir entre emprender su propia idea o uno del banco de ideas.

Al final de este proceso, las ideas identificadas y presentadas a los nuevos emprendedores fueron:

Asociación Con Valores (ACV) - España

1. **Gerente de vivienda:** HONGARES necesitaba a alguien que buscara casas disponibles para alquilar para migrantes.
2. **Diseñador de interiores:** CODIFIVA necesitaba a alguien que diseñara interiores de casas para hacerlas accesibles para personas con movilidad reducida.
3. **Colector de aceite:** Aceite Solidario necesitaba una persona para recolectar aceite de los establecimientos.

Asociación Casa Ioana (Casa Ioana) - Rumania

1. **Tienda de caridad: Social Xchange** es una tienda de caridad muy exitosa en Bucarest. Su concepto parte del deseo de recolectar de manera transparente y eficiente las donaciones de personas físicas y jurídicas, en un lugar conocido por toda la comunidad. El proceso se lleva a cabo durante todo el año y, siguiendo procedimientos claros, redistribuye las donaciones a las personas necesitadas, dándoles la oportunidad de elegir

los productos más adecuados a sus necesidades. Es un concepto único que necesita ser replicado más en el área de Bucarest, ya que hay una necesidad identificada de personas interesadas en comprar buena ropa de segunda mano de calidad a un precio muy bajo.

2. **Empresa de limpieza: Ateliere fara Frontiere** es una organización rumana sin ánimo de lucro, establecida en 2008, para la integración social, profesional y cívica de personas vulnerables, excluidas y marginadas. Reconocieron la oportunidad de desarrollar servicios de limpieza ya que la demanda es alta.
3. **Panadería artesanal: Concordia Bakery** es un proyecto de economía social iniciado en 2011 por Concordia Development, la rama económica de la Organización Humanitaria Concordia. El beneficio se utiliza para apoyar a los jóvenes de entornos desfavorecidos para proporcionarles un medio de vida independiente. Capacitan a las personas en su



oportunidades económicas y socioeconómicas.



Participación en el proceso de incubación

La convocatoria de participantes de ACV tuvo lugar entre el 21 de enero y el 7 de febrero. La buena publicidad fue el resultado de la colaboración con ONG locales que trabajan en el campo de la inclusión social.

5. Convocatoria de participación e información sobre el proceso de incubación

Asociación Con Valores

La convocatoria de participantes de ACV tuvo lugar entre el 21 de enero y el 7 de febrero. La buena publicidad fue el resultado de la colaboración con ONG locales que trabajan en el campo de la inclusión social.

Para llegar al máximo número de personas, ACV publicó en redes sociales como Facebook, LinkedIn e Instagram llamando a los participantes y proporcionando un enlace a un formulario de Google para que los solicitantes completen y envíen su solicitud.

ACV también
contacto con
y la
administración
Espai Labora
para que
presentar
participantes
quisieran
en el programa
incubación y se
encontraran en
de
vulnerabilidad.

El perfil de los
emprendedores fueron:

1. Edad: En su mayoría 40-
2. Nivel educativo:
educación secundaria
3. Género: En su mayoría
4. Situación laboral:
desempleados
5. Nacionalidad: En su
algunos eran migrantes



se puso en
varias ONG

pública
en Valencia
podrían
posibles
que
participar
de
situación

50 años
Principalmente

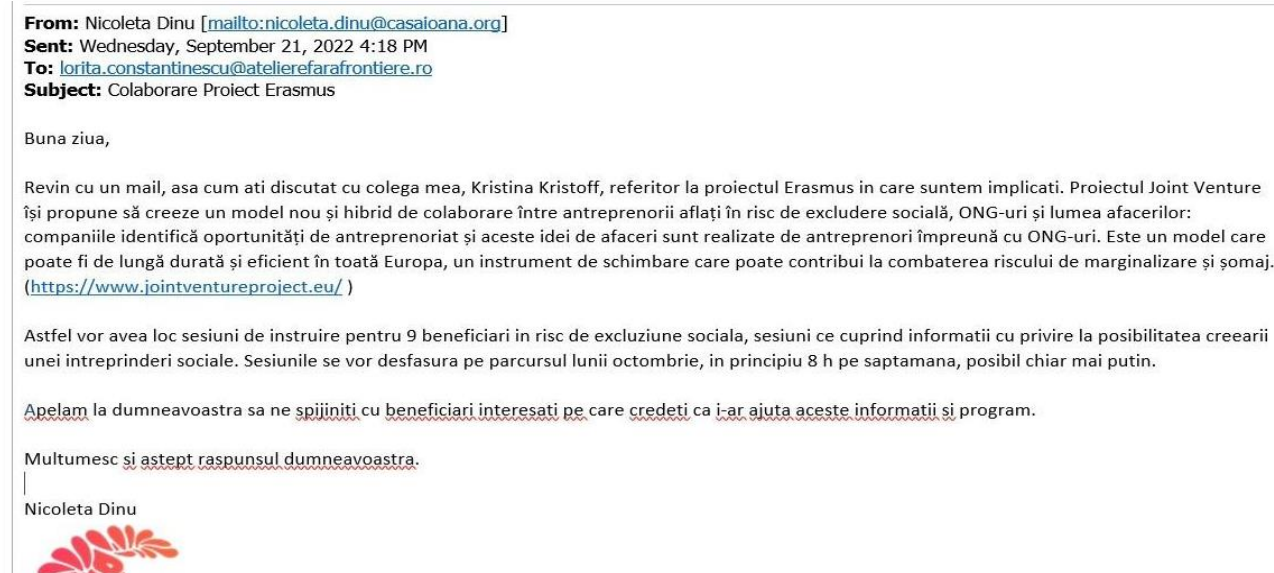
mujeres
Mayormente

mayoría nativos, pero

Después de que los solicitantes respondieron a la convocatoria, los profesionales de cada organización realizaron entrevistas personales con el fin de evaluar los perfiles de posibles nuevos emprendedores.

Asociación Casa Ioana

La convocatoria de participantes de Casa Ioana tuvo lugar a principios de marzo, y fue seguida en septiembre, antes del inicio de la capacitación. Las llamadas se realizaron a través de contacto directo (llamadas telefónicas, correos electrónicos recordatorios o reuniones directas cuando fue necesario); con varias ONG que trabajan con personas socialmente excluidas como Atelierul fara Frontiere, Atelierul de Panza, Concordia, Social Exchange, y todas ellas brindan apoyo para la inclusión social y la reintegración en el mercado laboral. Preguntamos por los participantes que estaban interesados en el programa de incubación y estaban en situaciones vulnerables.



El perfil de los emprendedores fue:

1. Edad: Entre 18 y 62 años
2. Nivel educativo: Principalmente educación secundaria y escuelas vocacionales
3. Género: En su mayoría mujeres
4. Situación laboral: Mayormente ocupados

En total 15 personas estaban interesadas en participar en el proceso de incubación. Poco después, los profesionales de cada organización realizaron varias entrevistas personales con el fin de evaluar los perfiles de potenciales nuevos emprendedores. Al final, 10 personas fueron seleccionadas para unirse al programa de incubación.

CSC Danilo Dolci

La convocatoria para la capacitación se lanzó previamente en febrero de 2022 a través del sitio web de la organización; lanzado el 5 de agosto de 2022 y permaneció disponible hasta el 5 de septiembre. La convocatoria fue anunciada y difundida a través del sitio web, las redes sociales y las inscripciones se realizaron a través del formulario de Google.

Joint Venture - Modulo di candidatura

Sei un adult* in cerca di maggiori ed aggiornate competenze professionali su apertura e gestione d'impresa? Ti interessa il mondo dell'imprenditoria sociale e vuoi saperne di più su come sviluppare la tua idea di impresa ed essere supportato da expert* del settore? Hai già un'idea per la quale ti serve una guida?

Il Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci cerca tre persone che possano partecipare ad una formazione sul tema dell'incubazione d'impresa, sviluppata in collaborazione con il partenariato europeo del progetto Joint Venture, co-finanziato dal programma Erasmus + (Azione Chiave 2: Partenariati Strategici nel settore dell'educazione degli adulti).

Il corso avrà la durata di 48 ore e si svolgerà nel mese di Ottobre, presso il Centro Danilo Dolci - via Roma, 94 - insieme ad expert* dell'imprenditoria ed imprenditoria sociale. Le date verranno comunicate più avanti a chi verrà selezionato.

Il programma del corso sarà articolato in sessioni pratiche e di mentoring per analizzare le idee di business dei o delle partecipanti.

A chi si rivolge?

Si rivolge ad adult* desiderosi di aprire una propria impresa, che abbiano un'idea di business e che vogliano imparare come realizzarla, supportat* da expert* del settore dell'impresa e anche dal mondo del No Profit.

Il corso è gratuito.

Per ulteriori informazioni scrivere a: lisa.avarello@danilodolci.org

Email *

Indirizzo email valido

Questo modulo raccoglie gli indirizzi email. [Modifica impostazioni](#)

La chiamata recibió cuatro respuestas.

El perfil solicitado y alcanzado fue:

- Edad: En su mayoría 30-60 años
- Nivel educativo: Principalmente educación secundaria
- Género: En su mayoría hombres
- Situación laboral: Mayormente ocupados
- Nacionalidad: En su mayoría nativos

Se decidió permitir que los cuatro participantes se unieran a la capacitación, después de una reunión preparatoria para conocerse. Posteriormente, dos de cada cuatro abandonaron debido a problemas personales.


HOME CHI SIAMO DANILLO DOLCI ▼ MANUTENUTA RECIPROCA PROGETTI LA NOSTRA RETE CONTATTI

INCUBAZIONE D'IMPRESA: FORMAZIONE PER IMPRENDITORI E IMPRENDITRICI

Ago 5, 2022 | Notizie

Vuoi potenziare le tue competenze professionali su apertura e gestione d'impresa? Ti interessa il mondo dell'imprenditoria sociale e vuoi saperne di più su come sviluppare la tua idea di impresa ed essere supportato da expert* del settore? Hai già un'idea per la quale ti serve una guida?

Il Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci cerca **tre persone** che possano partecipare ad una **formazione sul tema dell'incubazione d'impresa**, sviluppata in collaborazione con il partenariato europeo del progetto Joint Venture, co-finanziato dal programma Erasmus + (Azione Chiave 2: Partenariati Strategici nel settore dell'educazione degli adulti).

Il training si baserà sull'idea di **modello ibrido di impresa** che vedrà realizzare una **collaborazione tra imprenditori, ONG e professionisti aziendali** per la creazione di nuovi business economicamente sostenibili.

Il corso avrà la durata di 48 ore e si svolgerà nel mese di Ottobre, presso il Centro Danilo Dolci - via Roma, 94 - insieme ad expert* dell'imprenditoria ed imprenditoria sociale. Le date specifiche verranno comunicate più avanti a chi verrà selezionato.

Il programma del corso sarà articolato nei seguenti punti che includeranno anche delle sessioni pratiche - oltre che di mentoring - per analizzare

6. Voluntarios, formadores, mentores y coaches

Voluntarios, formadores, mentores & coaches

VOLUNTARIOS

Los organizadores también lanzaron una gran campaña para reclutar profesionales del sector empresarial para que se conviertan en voluntarios en el programa de incubación. Las principales tareas llevadas a cabo por esos voluntarios fueron:

- Un curso de formación semanal de cuatro horas para proporcionar las habilidades y competencias necesarias para convertirse en emprendedor
- Mentoring, una vez a la semana para evaluar el progreso de los participantes con sus planes de negocio
- Coaching: apoyo a los participantes en su desarrollo personal
- Banco de ideas: identificación de oportunidades de negocio para los participantes

FORMADORES

Los capacitadores tuvieron como objetivo establecer una línea de base de conocimientos básicos para los empresarios con los aspectos esenciales del emprendimiento. Impartieron clases comunes a las que asistieron todos los empresarios del programa. Las clases se llevaron a cabo dos horas a la semana durante 12 semanas en áreas de conocimiento general relacionadas con los negocios, como estrategia comercial, finanzas, marketing, entre otros. Los emprendedores fueron impartidos por profesionales del mundo empresarial que fueron especialistas en cada uno de estos módulos.

MENTORES

Los mentores fueron los que dieron sesiones

Asociación Con Valores

ACV lanzó una convocatoria de voluntarios a través de LinkedIn, proporcionando un enlace a un formulario de Google para que completen y envíen una solicitud. Además, ACV tiene una solicitud abierta todo el año en la página web de la asociación. También colaboramos con diferentes organizaciones emprendedoras que se unieron a la convocatoria. Además, dado que ACV ha realizado varias ediciones del programa de incubación, los voluntarios deciden unirse al programa porque las personas que conocen ya han participado.

personalizadas y especializadas para emprendedores en cada temática de emprendimiento. El grupo tuvo un mentor.

En esta sección, aprendieron cómo desarrollar su modelo de negocio.

La tutoría consistió en sesiones semanales de 2 horas y duró 10 semanas.

COACHES

El coach trabajó a nivel personal e individual con cada emprendedor, trabajando los sentimientos de la persona y preparándola para el mundo laboral, aumentando su capacidad de resiliencia laboral. Proviene del mundo de las ONG y están especializados en coaching para personas en riesgo de exclusión.

Este bloque se realiza una hora a la semana durante 10 semanas y es voluntario.

RECLUTAMIENTO

El reclutamiento y la participación de todos los profesionales siguieron diferentes pasos:

- Lanzamiento de una convocatoria de voluntarios
- Tener reuniones bilaterales con cada candidato para definir su papel dentro de la Incubadora
- Sesión de formación online para mentores y formadores
- Eventos de networking entre voluntarios y nuevos emprendedores
- Reuniones de seguimiento



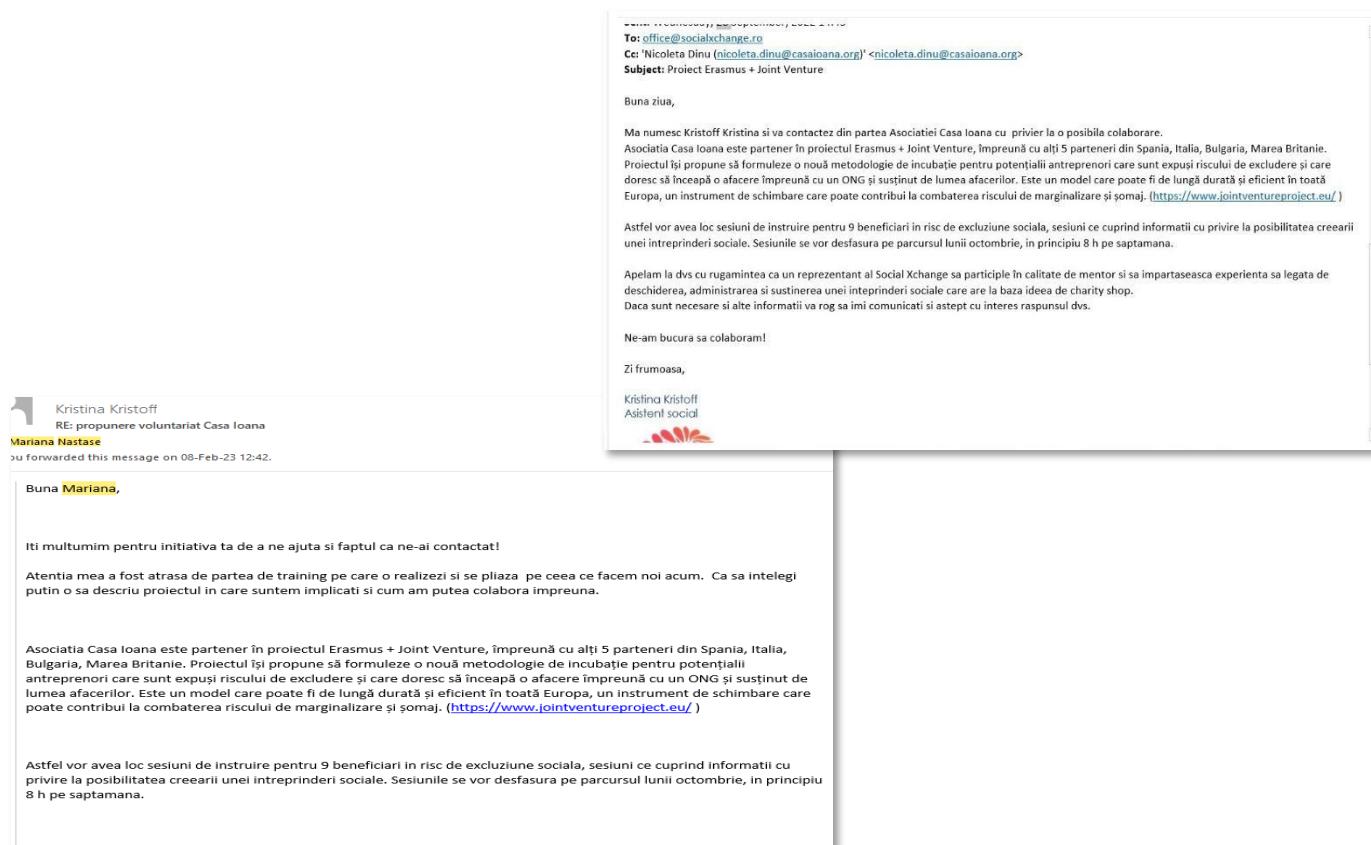
Asociación Casa Ioana

A principios de febrero, Casa Ioana lanzó una convocatoria de voluntarios (y siguió en septiembre) a través de nuestra red de profesionales de negocios. Estos profesionales han estado involucrados en nuestra actividad a lo largo del tiempo y, a través de ellos, tuvimos

muchas oportunidades para que nuestros beneficiarios se formaran en sus lugares de trabajo y posteriormente trabajaran en sus empresas o en el mercado laboral general.

El contacto se realizó directamente, inicialmente por llamadas telefónicas explicando la idea principal del Proyecto Joint Venture y cómo se llevaría a cabo el programa de incubación, seguido de reuniones cuando fuera necesario y recordatorios por correo electrónico.

Los profesionales de negocios fueron reclutados de nuestra red de profesionales. Entre ellos había profesionales de empresas internacionales con una gran experiencia en los temas tratados en el programa de incubación y el espíritu empresarial. Ejemplos de este tipo de empresas contactadas son Oracle, Johnson and Johnson, Affinity Transport Solutions y otros profesionales del ámbito del emprendimiento social.



El perfil de los voluntarios fue el siguiente:

- Formadores: Profesionales del mundo empresarial, que trabajan en empresas internacionales y están familiarizados con los temas del programa de formación. También se les exigió que tuvieran conocimiento de las Metodologías Ágiles y demostraran experiencia en el tema enseñado en su sesión de capacitación.
- Mentores: Profesionales con experiencia comprobada en emprendimiento, con muchos de ellos dirigiendo con éxito sus propios negocios. No era necesario que se especializaran en un tema específico.
- Entrenadores: Entrenadores profesionales.

CSC Danilo Dolci

CSC Danilo Dolci formó el equipo contactando a profesionales de la amplia red que la organización ha construido. Se consultó a Recursos Humanos y se eligió un mentor profesional, un experto en el tema, pero también parte de otras secciones de la organización sin fines de

lucro en Palermo. A través de él, el mundo de las ONG se conectó con el capacitador y se convirtió en un tema de reflexión durante las reuniones.

El perfil del mentor era un profesional con experiencia contrastada en emprendimiento y en el ámbito de la organización sin ánimo de lucro. Fue uno de los fundadores de Moltivolti, una de las empresas sociales más importantes de la ciudad, ejecutando muchos proyectos sociales.



7. Training sessions

SESIONES DE FORMACIÓN		
Número de sesión	Contenido	Descripción
Sesión 1	Gestión de la innovación	Explicación del funcionamiento y los pasos a seguir durante la incubadora. Estructura semanal de las horas de dedicación e introducción a la metodología de trabajo desarrollada (Lean Start-up)
Sesión 2	Market Analysis	Los participantes identificarán al menos cuatro áreas, relacionadas con su negocio o empresa social elegida, para llevar a cabo una investigación detallada durante su análisis de mercado. Los participantes sabrán cómo escribir una propuesta de valor (VP) y ser capaces de identificar la diferencia entre un Punto de Venta Único (USP) y una Propuesta de Valor.
Sesión 3	Modelo de negocio	El profesor explica la importancia de crear y mantener actualizado el modelo de negocio de una empresa. Además, los participantes podrán conocer la herramienta Business Model Canvas que les permite tener una representación visual de un modelo de negocio, destacando todos los factores estratégicos clave. En otras palabras, es una visión general, holística y completa del funcionamiento de la empresa, los clientes, los flujos de ingresos y más.
Sesión 4	Ventas	Los participantes sabrán qué es una métrica de ventas y podrán identificar 4. Los participantes sabrán la diferencia entre las métricas de ventas y los KPI. Los participantes sabrán qué es una herramienta CRM y cómo utilizarla..
Sesión 5	Ingresos	Los participantes podrán identificar el Business Model Canvas y cómo la sección 9 - Ingresos; les ayudará a identificar flujos de ingresos para su empresa social. Los participantes podrán identificar al menos 5 fuentes de ingresos diferentes en 4 sectores.
Sesión 6	RR HH	Una sesión de formación sobre los elementos clave de RRHH, especialmente centrada en [derecho laboral], el proceso de reclutamiento y contratación (revisar las nuevas tendencias y la evolución de los candidatos a lo largo del tiempo, identificar los objetivos de una entrevista de trabajo, dar consejos útiles sobre la incorporación de los nuevos empleados, etc.) La capacitación también cubrirá la marca del empleador (señalando la importancia de las redes sociales), la capacitación de los empleados, el desarrollo de los empleados y el compromiso de los empleados (mostrando las tácticas y políticas de FI sobre el tema).
Sesión 7	Finanzas	El profesor explica la importancia de entender las finanzas en una empresa. Además, los participantes serán capaces de conocer los principales conceptos financieros en un negocio y tener la capacidad de tomar decisiones basadas en valores.

		Posteriormente, los participantes se dividen en grupos y se les pide que analicen diferentes conceptos financieros, relacionados con un saldo y/o una cuenta de pérdidas y ganancias (la que ellos decidirán). Al final de la lección se extraen conclusiones.
Sesión 8	Administración de Start-ups	Los participantes podrán identificar 7 herramientas de administración clave necesarias para ejecutar con éxito su empresa social. A través de la investigación, los participantes identificarán plataformas de redes sociales que se alinean con su empresa social. Los participantes comprenderán la necesidad de palabras de moda en la optimización de motores de búsqueda.
Sesión 9	Marketing	El profesor explica la importancia del marketing en la estrategia empresarial de cualquier empresa. Además, los participantes podrán conocer los diferentes tipos de acciones de marketing digital, cómo implementarlas y medirlas. Más tarde, los participantes se dividen en grupos y se les pide que creen una pequeña estrategia de marketing para un objetivo comercial específico (el que ellos decidirán). Al final de la lección se extraen conclusiones.
Sesión 10	Branding	Los participantes desarrollarán su propio logotipo. Los participantes comprenderán diferentes estructuras de sitios web e identificarán qué tipo complementará su empresa social o negocio..
Sesión 11	Pitch	El profesor explica la importancia de la presentación en la estrategia de comunicación de cualquier empresa. Además, los participantes conocerán los diferentes elementos que se deben considerar en la plataforma de lanzamiento y cómo usarlos con diferentes audiencias. La parte teórica sigue un caso de negocio real, (Airbnb), como ejemplo. Más tarde, los participantes se dividen en grupos y se les pide que creen una plataforma de lanzamiento para un objetivo comercial específico (el que ellos decidirán). Además, deben desarrollar una presentación oral donde explicarán los diferentes elementos. Al final de la lección se extraen conclusiones.
Sesión 12	Legal	Participants will be able to name different types of business legal arrangements in the UK and/or EU Participants will be able to identify the essential elements to be included in a Partnership Agreement Participants will draft their own Partnership Agreement.

Asociación Con Valores

Sesiones de formación en España:



Asociación Casa Ioana

Sesiones de formación en Rumanía:



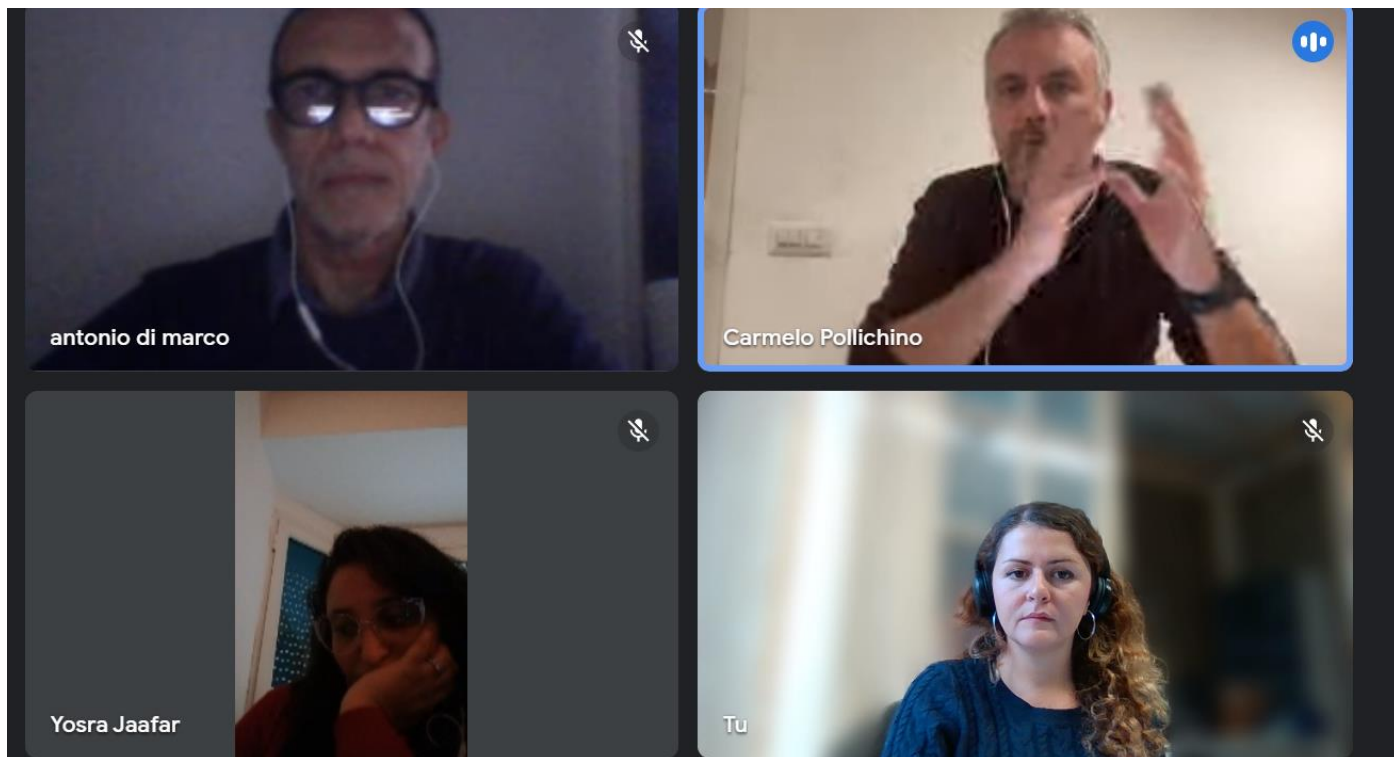
CSC Danilo Dolci

Sesión de formación en Italia:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





8. Mentoring y coaching

TUTORÍA

Los organizadores del programa de incubadoras ayudan a preseleccionar mentores. Los cuestionarios se utilizan para recopilar información sobre los perfiles de nuestros candidatos por este motivo. Las preguntas sobre su área de especialización en el sector empresarial, el conocimiento que pueden enseñar a los empresarios, las habilidades necesarias para el emprendimiento, si tienen experiencia previa en tutoría, qué los inspira a participar en el programa y otros temas se cubren en los cuestionarios.

Una vez examinadas todas las solicitudes, se comparan con todos los datos sobre los participantes en el programa de incubación, y se eligen aquellos cuyos perfiles se ajustan mejor al programa previsto, siguiendo el procedimiento descrito en la sección 6.

Los mentores serán mentores de los emprendedores

durante dos horas durante 10 semanas, y habrá un mentor para cada proyecto de organización social.

A los emprendedores se les enseñará todo lo que necesitan saber para implementar su modelo de negocio específico, y para lograrlo, evaluarán el mejor modelo de negocio de cada emprendedor cada semana y lo pondrán a prueba para asegurar su viabilidad.

Herramientas, materiales y procesos utilizados en la tutoría:

La mentoría siempre sigue enfoques ágiles, que tienen lugar simultáneamente con la capacitación e implican el desarrollo del lienzo del modelo de negocio (ver imagen a continuación). Este enfoque se presenta el día 1 y se utiliza para el resto de la tutoría.

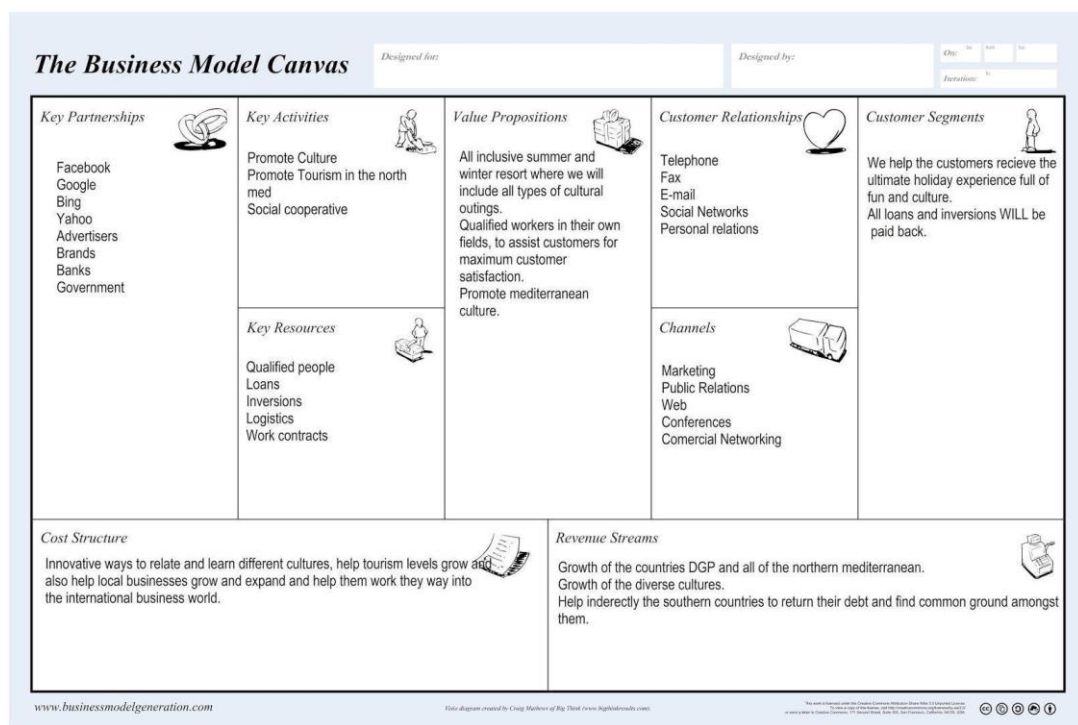


Figure 1 : Business model canvas

El mentor trabaja con los emprendedores en las sesiones posteriores a medida que completan cada componente del lienzo del

lo último que hay que terminar.

modelo de negocio con el objetivo de construir el modelo de negocio que se creará una vez que se complete la plantilla. En esencia, el objetivo es documentar en esta plantilla cómo el propietario del negocio planea implementar su idea de negocio.

La propuesta de valor y el segmento de clientes son los dos componentes del lienzo del modelo de negocio que reciben más atención, ya que necesitan el mayor esfuerzo y tiempo para desarrollarse. Normalmente, los gastos e ingresos son

El método de validación de la idea se define a lo largo del período de mentoría, ya que el emprendedor y el cliente lo harán de diversas maneras en función del segmento de clientes. Por ejemplo, algunos dueños de negocios visitarían físicamente una empresa para probar su propuesta, mientras que otros enviarían correos electrónicos con cuestionarios, etc.

Dependiendo de la comprensión del emprendedor específico, el mentor puede usar una herramienta digital más sofisticada, como Discord para todo este proceso o Google Forms si el emprendedor tiene que validar a través de cuestionarios..



Durante las 10 semanas del programa de incubación, se proporciona entrenamiento durante una hora cada semana. Ayuda a los empresarios a desarrollar su resiliencia ante cualquier posible "no" que puedan encontrar en el trabajo cuando persiguen sus emprendimientos empresariales. Un componente crucial del programa de incubadora implica que el empresario trabaje a nivel personal para descubrir la fuerza y el impulso para perseverar, a pesar de que comenzar un negocio es inicialmente un esfuerzo desafiante.

A través de cuestionarios distribuidos a las ONG participantes, se eligen los entrenadores. Estas preguntas examinan sus antecedentes, áreas de especialización, conocimiento emprendedor y motivación para participar en el programa de incubación, entre otras cosas. Después de una evaluación basada en los programas y las necesidades de los empresarios, serán elegidos por la organización utilizando los procedimientos descritos en la Sección 6.

Proyectos incubados y otros resultados

9. Proyectos incubados y otros resultados

Modelo de negocio 1	Hongares, España
Descripción	Bienes raíces diseñados para ayudar a los migrantes a encontrar su nuevo hogar. Contactar a los migrantes con propietarios de apartamentos de alquiler para gestionar el proceso de alquiler, resolviendo el problema de las personas que llegan a un nuevo país que no conocen y con recursos limitados para encontrar un apartamento de alquiler.
Comentarios	Esto proviene de un experimento de incubación anterior y una vez que el modelo de negocio ha sido creado y validado, esta edición tiene como objetivo construir un modelo para la entrada de nuevas personas en el proyecto. Incubamos dos personas y creamos ese modelo de entrada, con pasos y objetivos en cada fase. La persona que se necesitaba en esta organización era alguien que buscara casas disponibles para alquilar. Sin embargo, durante la última fase, una persona encontró una oportunidad de trabajo en otro lugar y decidió no unirse a la ONG. El otro participante tuvo que abandonar el programa de incubación debido a problemas de salud.

Modelo de negocio 2	CODIFIVA, España
Description	La Coordinadora de Personas con Diversidad Funcional Física de la Comunitat Valenciana (CODIFIVA) es una asociación privada sin ánimo de lucro. Desde su constitución, ha tenido una larga trayectoria en la prestación de servicios especializados y la gestión de recursos públicos y privados: viviendas protegidas, centros de día y centros residenciales.
Comentarios	CODIFIVA necesitaba a alguien experto en diseño de interiores para facilitar la accesibilidad a personas con movilidad reducida. Hicieron un análisis de mercado, examinando las necesidades y luego validando la idea. Durante esta fase, se dieron cuenta de que para hacer las adaptaciones de movilidad en las viviendas era necesario pedir una subvención a la administración pública. Por lo tanto, apareció otro perfil que no estaba presente en la ONG: el de un gerente de subvenciones. Había cinco personas involucradas en este modelo de negocio, y solo cuatro completaron el programa de incubación. Sin embargo, este modelo de negocio quedó en fase de análisis, y los cuatro emprendedores decidieron desarrollar otra idea.

Modelo de negocio 3	Aceite Solidario, España
Descripción	Aceite Solidario es una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la recogida de aceite en España con fines sociales. Recogen aceite usado de bares, restaurantes, escuelas, hospitales y hogares. El dinero obtenido de la valorización de los residuos se utiliza para llevar a cabo programas de acción social.
Comentarios	Aceite Solidario necesitaba una persona que se encargara de encontrar establecimientos donde se pudiera recolectar el aceite, así como un recolector del producto de estos establecimientos. Las personas incubadas eran dos hombres; uno era con discapacidad visual, por lo que su respectivo mentor lo ayudó a través de la ONCE (otra ONG encargada de ayudar a personas con visión reducida o ciega). La otra persona no tenía licencia de conducir, por lo que no podía realizar la tarea que estaba destinado a hacer. Además, durante el proceso de incubación, surgieron otras dudas sobre cómo involucrar al emprendedor en la ONG: como voluntario, para capacitarlo o contratarlo directamente.

Business model 1	Tienda de caridad, Rumanía
Descripción	Social Xchange es una tienda de caridad muy exitosa en Bucarest. El concepto partió del deseo de recolectar de manera transparente y eficiente las donaciones de material de individuos y organizaciones, en un punto de recolección conocido por toda la comunidad y siguiendo procedimientos claros. Las donaciones se recibieron durante todo el año y luego se distribuyeron a las personas necesitadas y les dio la oportunidad de elegir productos de acuerdo con sus necesidades. El modelo fue elegido porque es un concepto único que necesita ser replicado más en el área de Bucarest, ya que existe una demanda identificada de un gran número de personas interesadas en comprar buena ropa de segunda mano de calidad a un precio muy bajo.
Comentarios	Este ejemplo fue elegido por una de las personas incubadas en el proyecto, considerándose una forma más fácil de establecer una empresa comercial sin la necesidad de utilizar muchos recursos para ponerla en marcha. El concepto se esbozó y avanzó a través de varias etapas del programa de capacitación. Sin embargo, algunos aspectos legales y la administración de puesta en marcha causaron algunos problemas para comprender la burocracia involucrada en el proceso. Desafortunadamente, la idea de la empresa prospectiva no progresó a buen término ya que la persona que estaba siendo incubada dejó el proyecto para aprovechar una oportunidad de empleo fuera de Bucarest..

Modelo de negocio 2	Empresa de limpieza, Rumania
Descripción	Ateliere fara Frontiere es una organización rumana sin ánimo de lucro, establecida en 2008, para promover la integración social, profesional y cívica de personas vulnerables, excluidas y marginadas. Ateliere Fără Frontiere creó 3 empresas de inclusión social a través de la actividad económica - educlick (una plataforma a través de la cual las computadoras usadas se restauran para volver a ser computadoras útiles y donde se pueden usar para la educación digital en escuelas, ONG e instituciones que trabajan con comunidades desfavorecidas); Remesh (transformación de materiales publicitarios exteriores en productos útiles) y Bio&Co Farm (suministro de verduras orgánicas para la venta). También mencionaron el desarrollo de servicios de limpieza, ya que la demanda de estos servicios es bastante alta en Bucarest, algo que estaban dispuestos a explotar en un futuro próximo.
Comentarios	Este fue otro ejemplo elegido por una de las personas incubadas en el proyecto. Una vez más, el concepto fue esbozado y perseguido, pero desafortunadamente encontrar la financiación inicial resultó demasiado difícil dentro del marco de tiempo de este proyecto Erasmus +.

Business model 3	Panadería artesanal, Rumania
Descripción	CONCORDIA Bakery es un proyecto de economía social iniciado en 2011 por CONCORDIA Development, la rama económica de la Organización Humanitaria CONCORDIA. Los beneficios obtenidos se utilizan para apoyar a los jóvenes de entornos desfavorecidos y proporcionarles un medio de vida independiente. Capacitan a las personas en su lugar de trabajo en la panadería para darles experiencia a las personas para que puedan avanzar hacia la búsqueda de trabajos similares en el mercado laboral. Se solicita contar con más personas capacitadas en esta área debido a la creciente tendencia de productos de panadería locales y artesanales, considerados una opción más saludable..
Comentarios	Este fue el tercer ejemplo elegido por una de las personas incubadas. La empresa progresó más lentamente ya que había muchos aspectos de la idea de negocio que necesitaban más trabajo para resolver varios desafíos en las áreas de tiempo, financiamiento y logística. Se espera que estos desafíos puedan ser enfrentados, pero requieren más tiempo del que este proyecto permitió..

Modelo de negocio 1	Reinicio de refugiados - Italia
Descripción	La idea es proporcionar una incubadora para refugiados talentosos que quieran iniciar su propio negocio o trabajar por cuenta propia. El producto del negocio es: 1. para los refugiados: creación de equipos, generación de ideas, validación de programas y proyectos de incubación, acceso a la financiación, apoyo a la comercialización para la puesta en marcha; 2. para empresas y pymes inclusivas: formación para empleados inmigrantes, incubación de refugiados talentosos e incubación de proyectos gestionados por refugiados. La principal idea innovadora es hacerlo a través de una educación emprendedora innovadora que pueda respetar y valorar los antecedentes de las personas involucradas.
Comentarios	El proyecto ha recibido la atención de una importante incubadora de start-ups en Italia y actualmente está buscando fondos de inversores.

Modelo de negocio 1	Centro de idiomas - Italia/Túnez
Descripción	La idea es proporcionar 1- Sesiones de entrenamiento y capacitación para estudiantes tunecinos en Italia; 2- Servicios para estudiantes tunecinos en Italia. La idea principal de negocio es permitir que los estudiantes estudien y reciban apoyo tanto en línea como cara a cara. La idea ha visto muchos cambios durante el transcurso de la capacitación, y la participante ha declarado que gracias a la tutoría ahora tiene una idea más clara. La idea nació de la experiencia de vida del participante, que vivía en Italia y Túnez y vio el vacío en el mercado a llenar..
Comentarios	The time for the full development of the idea wasn't sufficient, although the participants were motivated to keep developing the project.

Comunicación y difusión

Se llevaron a cabo diversas actividades como parte del programa de comunicación y difusión.

10. Comunicación y difusión

Se llevaron a cabo diversas actividades como parte del programa de comunicación y difusión.

Al inicio y al final del programa de incubación de la empresa conjunta, se llevaron a cabo varias actividades. El primero de estos eventos tuvo lugar al inicio del programa e incluyó una presentación del programa de incubación, una mirada a los emprendedores que apoyaríamos, una mesa redonda con expertos de diversas especialidades empresariales y una reunión con ONG. El evento final del programa ofreció una visión general del mismo, cómo había crecido y cambiado a lo largo de la implementación, qué expertos habían participado, las características de los empresarios y los modelos de negocio que habían adoptado, los resultados del programa y el sentido de comunidad que se había fomentado.

Cada una de estas reuniones fue una notable intersección de los mundos social y profesional. Ambos estaban interesados en el proyecto, y las reuniones les brindaron la oportunidad de interactuar entre sí.

La planificación se realizó en las principales plataformas de redes sociales (LinkedIn, YouTube, Instagram y Facebook), así como a través de boletines informativos, en los que se compartieron las actividades de todos los participantes del programa: empresarios, mentores, entrenadores, capacitadores. Antes de esto, se realizó un mapeo de individuos con interés en el programa de incubación en el mundo social y empresarial para que pudiéramos seguirnos y proporcionar comentarios sobre publicaciones y artículos. Todo esto se utilizó

como un altavoz para magnificar nuestros esfuerzos y los efectos sociales y emocionales que tuvieron en cada participante del programa realizado, las actividades grupales que realizaron, etc. dominó las publicaciones en las plataformas de redes sociales. Puede obtener más información sobre el trabajo y los efectos de los voluntarios, maestros y mentores viendo sus videos.

La difusión de iniciativas relacionadas con la Incubadora de Entidades Colaboradoras del Programa, la publicación de información sobre emprendimiento, la situación social global, la importancia de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados, y otros contenidos que puedan ser de interés relacionados con el Programa de Incubación fueron otros posts de interés.

Aquí tenéis un vídeo realizado sobre el programa de incubación en España por ACV: https://www.youtube.com/watch?v=GErigBHh7b0&ab_channel=IncubadoraCONVALORES

En conclusión, los vídeos de los emprendedores discutiendo sus experiencias en el programa de incubación, sus intereses, su modelo de negocio, los resultados que están logrando, las actividades grupales que emprendieron, etc. dominó las publicaciones en las plataformas de redes sociales. Puede obtener más información sobre el trabajo y los efectos de los voluntarios, maestros y mentores viendo sus videos.

Este plan de comunicación se estructuró siguiendo los siguientes pasos:

- Convocatorias de voluntarios: comunicación orientada a ONGs, empresas y profesionales del sector empresarial para implicarles en el proyecto (como formadores, mentores, coaches)
- Convocatoria de participantes: comunicación destinada a llegar a personas en riesgo de exclusión para informarles sobre la oportunidad
- Eventos informativos: comunicación para informar a las personas sobre eventos en línea para explicar el proceso de incubación
- Eventos de networking: comunicación sobre actividades internas organizadas para fomentar el networking entre las diferentes personas involucradas en este proceso
-
- Videos que presentan el proceso de incubación: comunicación general que muestra el proceso de incubación y sus diferentes pasos
- Entrevistas a nuevos emprendedores: presentación de nuevos emprendedores y sus trayectorias en el proceso de incubación
- Entrevistas a voluntarios (formadores, mentores, entrenadores...): presentación de voluntarios y sus experiencias como formador o mentor
- Presentación de los resultados a nivel local y europeo; Comunicación que muestra el logro principal del proyecto



Asociación Casa Ioana

Una de las primeras actividades antes de que la Asociación Casa Ioana iniciara el programa de incubación fue mantener conversaciones con los profesionales de las ONG que iban a participar en el programa. Esto fue, seguido de llamadas telefónicas directas y reuniones cuando correspondía para tener una buena visión general de las principales actividades que se implementarán. Además, le dio a Casa Ioana la oportunidad de difundir la información a los interesados en participar como emprendedores en el Proyecto Joint Venture.

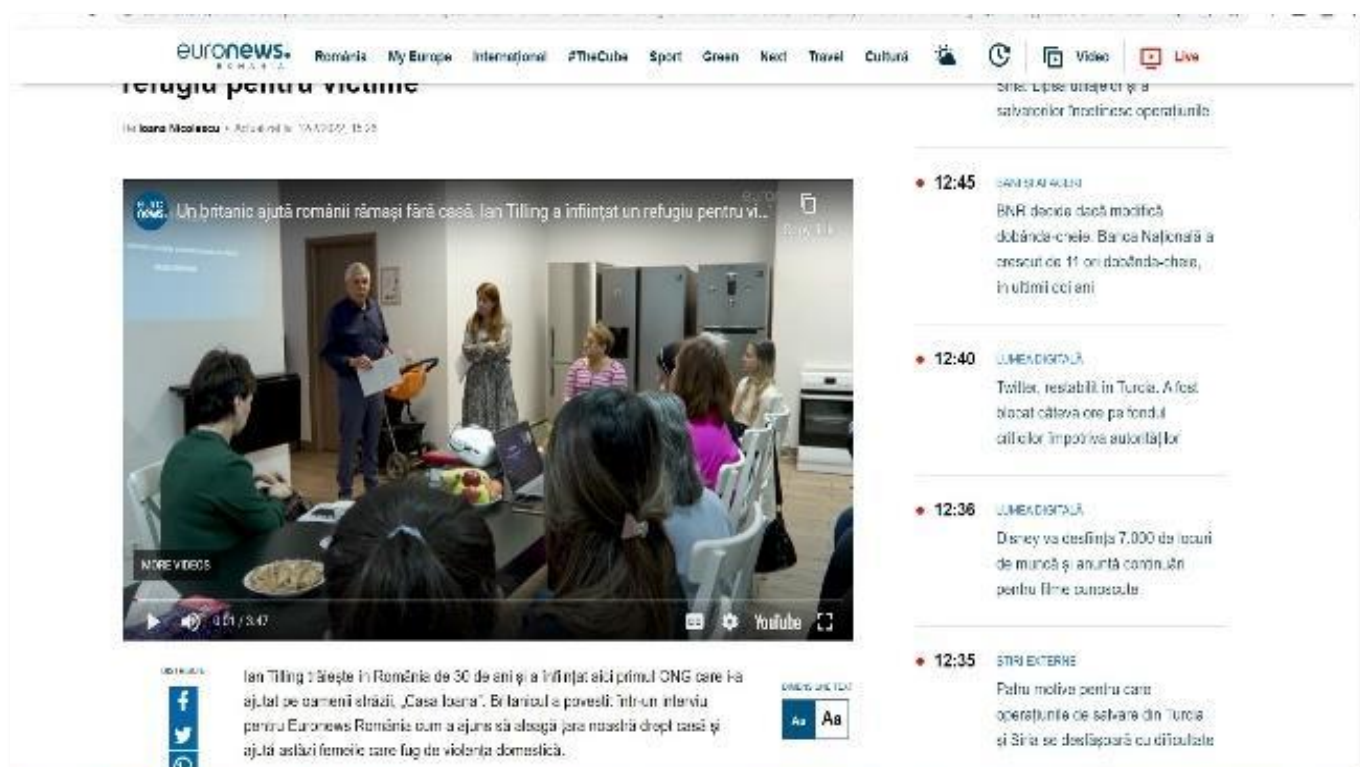
Además, Casa Ioana tuvo conversaciones directas, seguidas de llamadas telefónicas con los profesionales de negocios identificados como capaces de entregar la información a los posibles empresarios, entrenadores y mentores. Poco después del final del programa, Casa Ioana celebró una reunión informal para recopilar información y comentarios sobre cómo el programa fue percibido por los empresarios, profesionales de negocios y mentores / coaches. Casa Ioana organizó con éxito su evento multiplicador con una buena participación del público e interés en las metas y objetivos de la Joint Venture.

Casa Ioana emprendió una investigación documental para identificar a personas en organizaciones del sector público y privado, empresas y otros que hubieran estado razonablemente interesados en el alcance del proyecto Joint Venture. Los participantes dieron comentarios muy positivos sobre la organización y el contenido del Evento Multiplicador. En particular, las sesiones de preguntas y respuestas se consideraron muy útiles porque los asistentes pudieron obtener más información sobre ciertos temas, y la discusión abierta y la creación de redes fomentaron el compromiso con todos los participantes.

La difusión del evento Joint Venture Multiplier de Casa Ioana y sus resultados se compartieron en las plataformas de redes sociales de Casa Ioana y en Euro news Romania.

Es importante mencionar que Casa Ioana hizo varias publicaciones en sus canales de redes sociales (páginas de Facebook y LinkedIn) para compartir el proceso de cómo fue el programa de incubación a lo largo del tiempo, especialmente durante las sesiones de capacitación / tutoría..

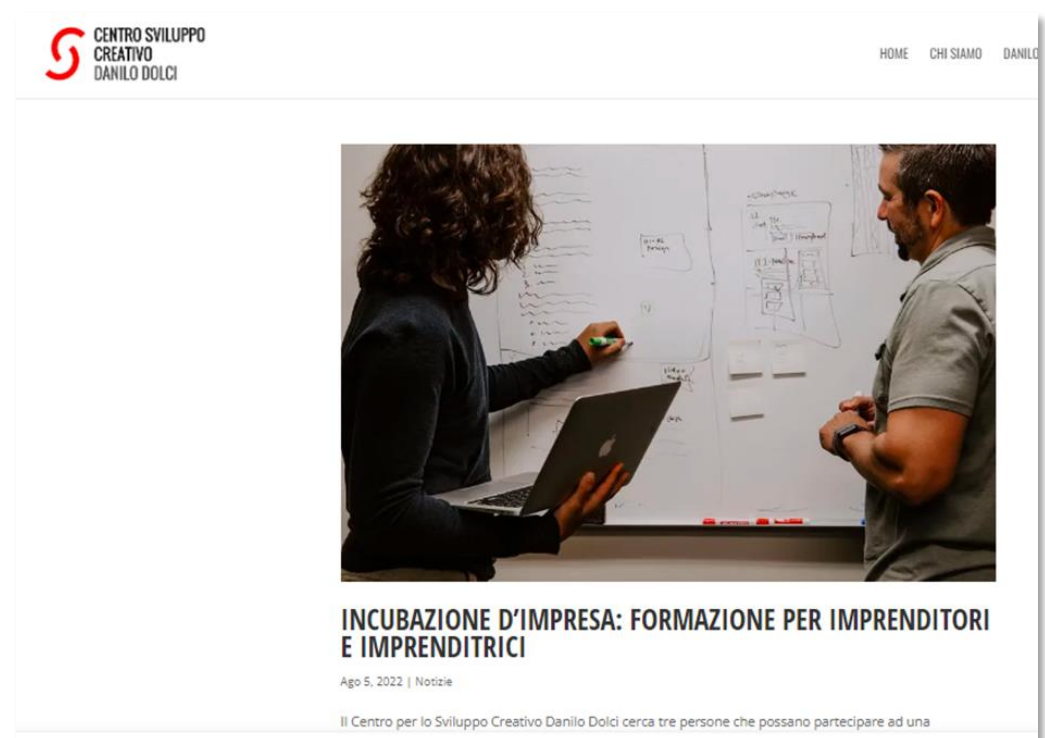




CSC Danilo Dolci

CSC Danilo Dolci difundió y discutió ampliamente el proyecto con expertos del campo del emprendimiento. El proyecto también se explicó a otras organizaciones, proponiendo la posibilidad de la próxima capacitación al personal que pudiera estar interesado.

La difusión tomó la forma de publicaciones y artículos en el sitio web de la organización y en las redes sociales, creados para publicitar la formación de JV (Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram).





Centro per lo sviluppo creativo Danilo Dolci

5 agosto 2022 · 🌐



Vuoi potenziare le tue competenze professionali su apertura e gestione d'impresa?
Ultimi posti disponibili per questa #formazione sull'incubazione d'impresa.



DANILODOLCI.ORG

Incubazione d'impresa: Formazione per imprenditori e imprenditrici

Seguimiento del proceso de aprendizaje empresarial

Esta sección es una evaluación de impacto y un informe de evaluación de las tres sesiones de formación organizadas para el proyecto. El objetivo de este informe es garantizar que los objetivos se alcancen de acuerdo con el plan del proyecto JOINT VENTURE..

II. Seguimiento y evaluación del proceso de aprendizaje empresarial

Introducción

El objetivo de esta tarea es evaluar el valor actual y potencial creado por Joint Venture. El marco de evaluación está dirigido a emprendedores sociales y emprendedores sociales potenciales. Monitorea de cerca los aspectos cruciales de su desarrollo para comprender cómo les ayudó su compromiso con el proyecto.

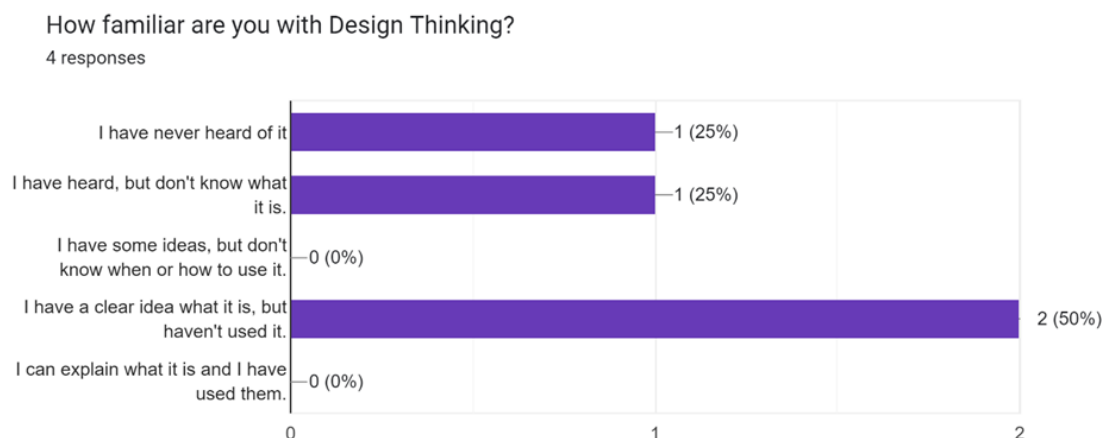
Los socios decidieron utilizar una evaluación basada en cuestionarios. Se prepararon tres tipos de encuestas: preevaluación, retroalimentación flash durante el programa de incubación y evaluación de impacto final.

Evaluación

Se prepararon tres tipos de encuestas: preevaluación, retroalimentación rápida durante el programa de incubación y evaluación de impacto final. La evaluación fue utilizada con todos los participantes por los tres socios responsables de implementar el programa de incubación: ACV, Danilo Dolci y Casa Ioana. Se recibieron respuestas para el cuestionario de preevaluación y el cuestionario de impacto final.

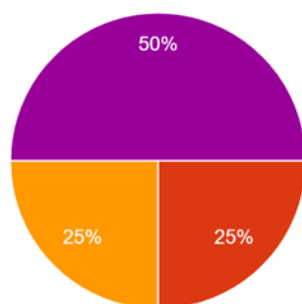
Revisión previa a la evaluación

El cuestionario de preevaluación tenía como objetivo evaluar los conocimientos iniciales de los participantes en el programa de incubación. La evaluación fue utilizada por los capacitadores y socios para ajustar el programa de incubación de acuerdo con las necesidades y el nivel de conocimiento de los participantes.



How familiar are you with Canvas for creating business models?

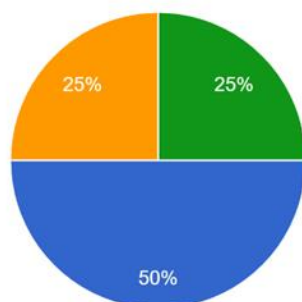
4 responses



- I have never heard of it
- I have heard of it, but don't know what it is.
- I have some idea of what it is, but it's not very clear.
- I know what it is and could explain what it's used for.
- I know what it is and when to use it.

Do you have basic knowledge of pricing?

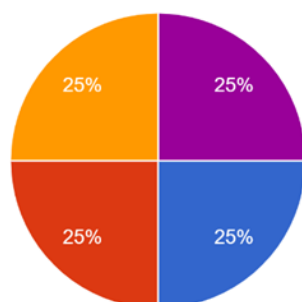
4 responses



- Yes, I have done it before.
- Yes, I have heard, but never used it.
- No, but I can learn
- No, I have never heard of it.

How familiar are you with budgeting for start-ups?

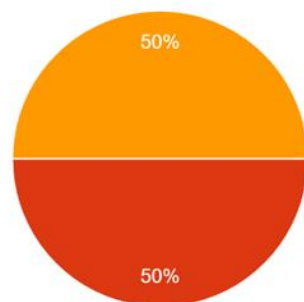
4 responses



- I have never heard of it
- I have heard, but never done it.
- I have some idea, but don't know when or how to use it.
- I have a clear idea what it is, but haven't done it.
- I can explain what it is and I have done it.

How comfortable are you with working with digital marketing tools?

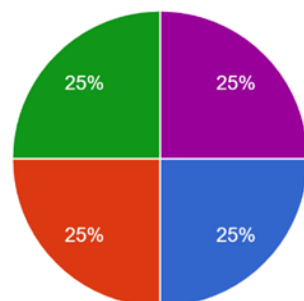
4 responses



- I have worked with these tools, but I don't find it interesting
- I have worked with these tools and I find it interesting
- I have never worked with these tools, but I can learn
- I have never heard of these tools and I'm not interested to learn

How familiar are you with preparing presentations/pitch deck?

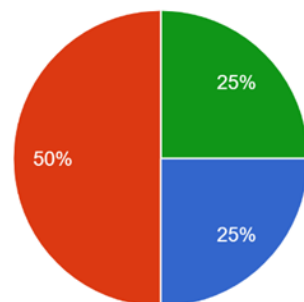
4 responses



- I have never heard of it
- I have heard, but never done it.
- I have some idea, but don't know when or how to use it.
- I have a clear idea what it is, but haven't done it.
- I can explain what it is and I have done it.

How familiar are you with tools for company administration?

4 responses



- I have never heard about this tools
- I have heard of them, but never used them.
- I have some idea, but don't know when or how to use them.
- I have a clear idea what they are, but haven't used them.
- I can explain what they are and I had to use them.

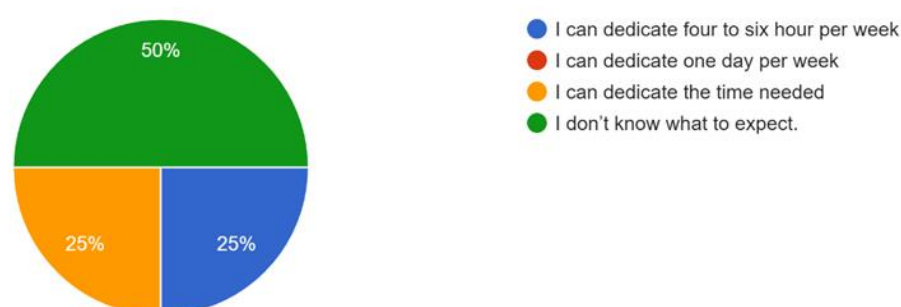
¿Qué esperas aprender y sacar de esta formación?

Hubo cuatro respuestas:

- Herramientas digitales, precios, plan claro e ideas claras
- Descubrir nuevos puntos de vista sobre mi idea de negocio y la forma de ir al mercado
- Nuevas ideas y conocimientos útiles para abordar mi trabajo, o diversas situaciones relacionadas con mi idea de negocio social
- Cómo comenzar mi propio proyecto, especialmente mientras trabajo, y si es el caso, una vez creado, entrar en él para reducir la incertidumbre de un proyecto nuevo; Herramientas de gestión: herramientas de gestión de proyectos y, con suerte, más.

How much time do you expect to spend studying for this course?

4 responses



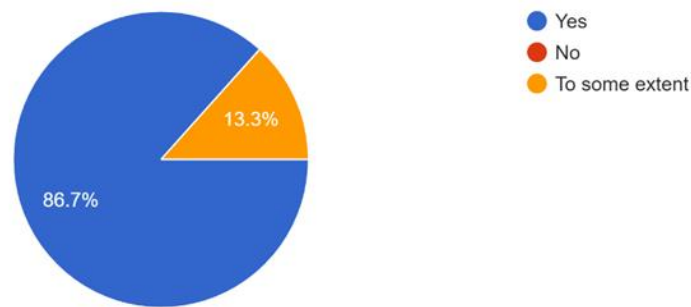
Revisión de la evaluación de impacto

El cuestionario de evaluación de impacto tiene como objetivo medir el impacto del programa de incubación en los participantes y recopilar sus comentarios y recomendaciones para mejorar. Los resultados presentados a continuación muestran una tasa de satisfacción muy alta de los participantes. Algunos aspectos interesantes que deben tenerse en cuenta para mejorar el programa de incubación son los siguientes:

- El 60% de los aprendices piensa que 3 meses no son suficientes para crear una empresa social como parte de un programa de incubación
- La mayoría de los participantes recomiendan que el programa de incubación sea más largo y, aunque los números varían, la mayoría piensa que un programa de incubación de 12 meses serviría mejor a sus necesidades.
- Un buen porcentaje (40%) de los participantes declaró estar dispuesto a seguir desarrollando su empresa social
- Los participantes están satisfechos en su mayoría por la estructura del programa, los nuevos conocimientos que recibieron y la oportunidad de conocer mentores y establecer contactos.
- La principal recomendación de los participantes está relacionada con la duración del programa de incubación: debería ser más larga.

Was the incubation content helpful to you?

15 responses

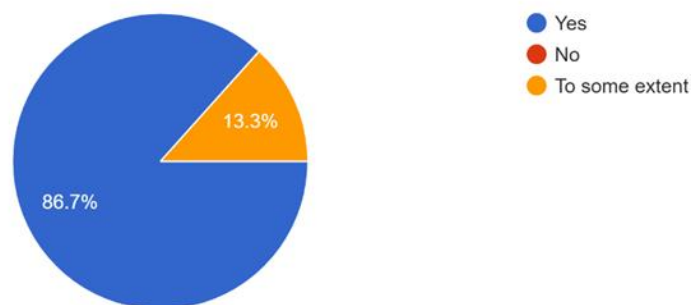


¿Cuáles son los temas de los que más aprendiste? ¿Cuál crees que te será más útil en el futuro? Hubo 15 respuestas:

1. Redes sociales, cómo crear un plan de negocios
2. Desarrollo de negocios, planificación, marketing, cómo promocionar su negocio
3. Cómo crear un plan de negocios y un pitch
4. Los temas fueron marketing, creación de un plan de negocios, la importancia de los recursos humanos
5. Marketing, finanzas
6. Marketing y redes sociales
7. Cómo crear una empresa social
8. Finanzas y contabilidad
9. Innovación
10. Finanzas
11. Gestión de recursos financieros, habilidades de comunicación y negociación
12. Mejora de las habilidades creativas, poder salir de mi zona de confort y pedir ayuda en problemas que no sé cómo manejar.
13. Cómo vender productos
14. Acerca de la marca y cómo usar las redes sociales para promocionar su negocio
15. Las herramientas de administración

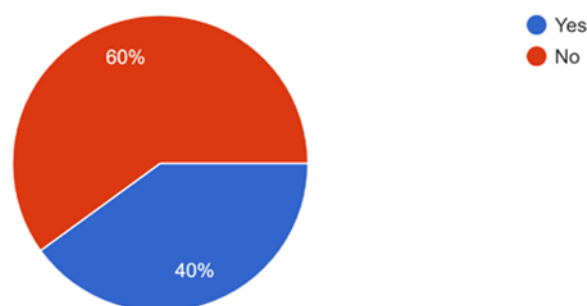
Was the incubation program interactive and engaging?

15 responses



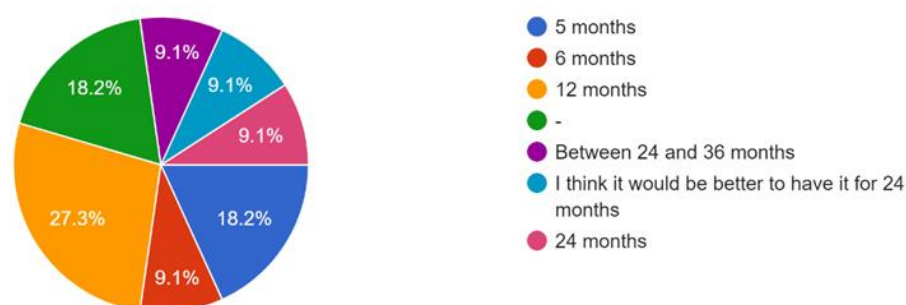
Were the 3 months of the incubation program enough for you to set a social enterprise?

15 responses



If no, what would be the best length for the incubation program?

11 responses



¿Hasta dónde progresaste en la creación de tu empresa social?

P. ej...:

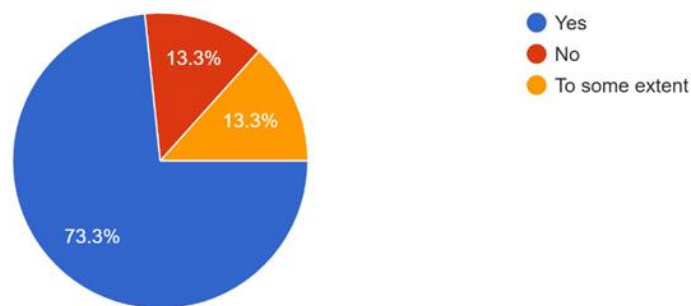
1. Concepto o idea de esquema creado
2. Plan de negocios creado
3. Investigó a posibles inversores/financiadores
4. se acercó a posibles financiadores o presentó solicitudes de financiación

Hubo 15 respuestas:

- Concepto o idea de esquema creado
- Investigó posibles inversores/financiadores
- Plan de negocios creado
- Concepto o idea de esquema creado
- Concepto o idea de esquema creado
- Plan de negocios creado
- Crea un concepto o idea de esquema
- Plan de negocios creado

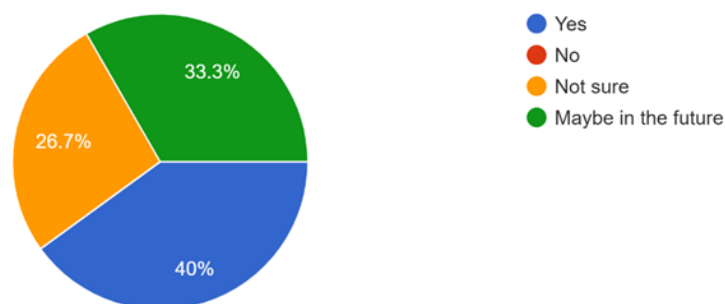
Was the incubation program relevant to your social project or potential project?

15 responses



Do you plan to continue developing your social project?

15 responses



¿Piensas seguir desarrollando tu proyecto social? En caso afirmativo, sírvanse explicar por qué.

Hubo 15 respuestas:

- Fue un programa interesante y cautivador y gané más confianza en mí mismo para seguir este camino.
- Porque me ayudará a ser financieramente independiente.
- Porque me proporcionará independencia financiera
- Para el desarrollo personal
- Desarrollar otras asignaturas
- Por la independencia
- Porque he estado pensando en ello durante años y esto fue realmente útil para seguir persiguiéndola.
- Porque creo que es una buena idea de negocio
- Porque es algo por lo que me siento realmente motivado

En caso negativo, sírvanse explicar por qué.

Hubo 15 respuestas:

- Financieramente no es seguro
- Porque es difícil iniciar el negocio sin apoyo financiero inmediato

- Se responde con la pregunta anterior.
- Se responde en la pregunta anterior
- Se responde más arriba.
- Encontré otra oportunidad de trabajo
- Todavía necesito aprender otras cosas

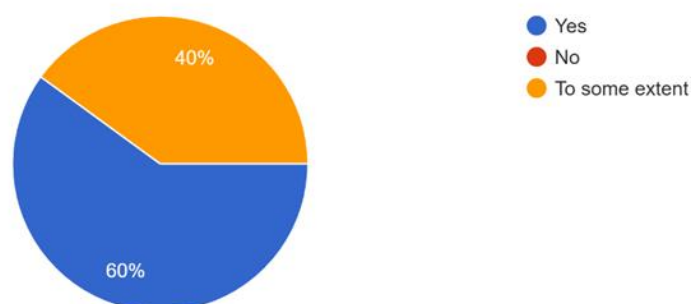
¿Qué es lo que más te gustó del programa de incubación?

Hubo 15 respuestas:

- Se proporcionó mucha información nueva.
- La oportunidad de intercambiar ideas, socializar con los otros participantes y con los formadores/mentores.
- Diversidad de formadores/mentores
- La información proporcionada estaba muy bien estructurada.
- El programa estaba bien estructurado. Los entrenadores tuvieron presentaciones muy fáciles de entender.
- La diversidad de los temas y los formadores/mentores estaban muy bien preparados.
- Los entrenadores fueron muy explícitos
- La comunicación
- La forma en que se abordó el programa
- La información era nueva, el programa era nuevo e innovador
- La gente que he conocido
- Las tutorías porque fueron realmente útiles
- Las relaciones que construí y los profesionales que nos enseñaron.
- Las clases de profesionales
- El contenido de las lecciones

Did the incubation program meet your expectations?

15 responses



¿Tiene alguna sugerencia que pueda ayudarnos a mejorar el programa de incubación?

Hubo 15 respuestas

- No
- El programa debería ser más largo
- Tener continuidad del programa
- El programa debe ser por un período de tiempo más largo

- El programa debería tener una duración más larga y debería haber un presupuesto inicial ya incluido en este programa.
- Debería ser por un período más largo.
- Más ejercicios y ejemplos
- Es necesario un período de tiempo más largo
- Período de seguimiento más largo
- Más tiempo durante las tutorías
- Aprendizaje más específico en sectores

¿Qué piensa hacer después del programa de incubación?

Hubo 12 respuestas:

- Seguiré buscando trabajo
- Planeo estudiar más.
- Planeo participar en algún otro entrenamiento también.
- Estudiaré más.
- Para estudiar más.
- Para estudiar más sobre este tema
- Quiero encontrar un trabajo mejor
- Planeo encontrar un mejor trabajo y estudiar
- Para encontrar trabajo
- Mejor trabajo
- Trabajo
- Trabajar en mi idea

Conclusiones

Sobre la base de las respuestas recibidas y los comentarios generales de los participantes, el programa de incubación debería implementarse durante un período más largo, idealmente 12 meses, y se recomendó la continuación del programa.

Búsqueda de alianzas con empresas

El proyecto utilizó una variedad de métodos para buscar alianzas con empresas que pudieran contribuir con oportunidades de negocio e ideas para los equipos emprendedores. Este innovador modelo colaborativo aportó lo mejor de cada ámbito, ya que las empresas aportaron el conocimiento de su sector y lo necesario para la viabilidad económica en el mercado.

12. Búsqueda de alianzas con empresas

ACV realizó alianzas con dos objetivos en mente: en primer lugar, proporcionando participantes para el programa de incubación y, en segundo lugar, lanzando una convocatoria de profesionales.

Se establecieron alianzas con ONG y administraciones públicas ya que este tipo de organizaciones trabajan con personas en riesgo de exclusión.

En segundo lugar, al lanzar una convocatoria de profesionales, pudimos colaborar con diferentes empresas privadas que nos proporcionaron sus conocimientos y experiencia. En el programa de incubación, trabajamos con HONGARES, CODIFIVA y Aceite Solidario.

Las alianzas de Casa Ioana se hicieron con ONG que proporcionaron participantes para el programa de incubación. Las ONG seleccionadas trabajan con personas vulnerables, excluidas y marginadas en riesgo de exclusión.

Estas organizaciones proporcionan trabajo social dirigido a la reintegración profesional y cívica de las personas en situación de exclusión. En segundo lugar, al abordar las necesidades de los profesionales de negocios, pudieron acceder fácilmente a una comunidad de apoyo que Casa Ioana había establecido a lo largo del tiempo. De esta manera, pudieron colaborar con empleados de empresas internacionales como Oracle, Johnson & Johnson, Affinity Transport Solutions, y así beneficiarse de su conocimiento y experiencia.

CSC Danilo Dolci hizo alianzas con ONG de una red interna y bien consolidada. Durante el programa de incubación, los participantes trabajaron con Libera, una organización sin fines de lucro que trabaja para luchar contra la mafia, y con Moltivolti, una empresa social cuyo negocio principal está representado por un restaurante que atiende las necesidades de las personas de origen migrante.

Oportunidades de financiación para emprendedores

Las empresas sociales -empresas cuyo objetivo principal es generar un impacto social positivo- existen en todos los países europeos. Son una parte importante de la economía social, en la que trabajan hoy unos 13,6 millones de europeos..

13. Oportunidades de financiación para emprendedores

I. Panorama de inversión social en Europa

Algunas empresas sociales prestan servicios de atención esenciales, algunas se centran en proporcionar oportunidades de empleo para grupos desfavorecidos y otras abordan una gama más amplia de desafíos sociales, como el logro de los objetivos de desarrollo sostenible. Muchos son innovadores y encuentran oportunidades en casos en los que ni las empresas convencionales ni las autoridades públicas pueden cumplir. La economía social y las empresas sociales contribuyen a importantes objetivos políticos, como la creación de empleo, la inclusión, la igualdad de oportunidades, la sostenibilidad y la participación cívica. Son un excelente ejemplo de una "economía que funciona para las personas", una alta prioridad para la Comisión Europea. Ayudan a perseguir transiciones demográficas, ecológicas y digitales, sin dejar a nadie atrás. [1] (Sr. Nicolas Schmit, comisario de Empleo y Derechos Sociales, Comisión Europea 2019-2024)

Las empresas sociales a veces son bastante invisibles y no son bien conocidas. Impulsar la inversión social es un instrumento poderoso para estimular el desarrollo y la ampliación de las empresas sociales.

La inversión social consiste en invertir en las personas. Significa políticas diseñadas para fortalecer las habilidades y capacidades de las personas y apoyarlas para que participen plenamente en el empleo y la vida social. Política clave

en las áreas incluyen educación, cuidado infantil de calidad, atención médica, capacitación, asistencia en la búsqueda de empleo y rehabilitación.

Europa se enfrenta a enormes desafíos:

- Crisis económica: los niveles de desempleo, pobreza y exclusión social han alcanzado niveles récord. Son una enorme carga para los recursos humanos de Europa en un momento en que los presupuestos públicos están bajo presión.
- Cambios demográficos: la población en edad de trabajar en Europa se está reduciendo, mientras que la proporción de personas mayores está creciendo. Deben encontrarse soluciones para garantizar sistemas de protección social sostenibles y adecuados.

Además de las iniciativas gubernamentales y de la Comisión, la Inversión de Impacto Social (SII) está emergiendo como una estrategia potencial para resolver desafíos sociales clave.

El alcance y la complejidad de los desafíos sociales que enfrenta nuestra sociedad ha aumentado rápidamente en los últimos años. Además, la reciente pandemia de Covid-19 y la consiguiente crisis económica han creado nuevos desafíos sociales o han profundizado significativamente los que ya están presentes. Se hizo evidente que las estrategias tradicionales no serían suficientes para resolver todos los desafíos emergentes de manera efectiva dadas las limitaciones de los presupuestos públicos.

y las deficiencias de los sistemas tradicionales de bienestar. Como resultado, los gobiernos han estado buscando nuevas estrategias para abordar los principales desafíos sociales de nuestro tiempo. La Inversión de Impacto Social (SII) se ha convertido en una de las estrategias potenciales más efectivas para resolver los desafíos sociales clave de nuestro tiempo.

SII es el uso de fondos para generar retornos sociales y financieros, ofreciendo una forma de ayudar a las organizaciones sociales a acceder a una financiación adecuada y mejorar su capacidad de generar impacto. El ecosistema SII es complejo y consta de varios elementos: el lado de la oferta (es decir, los inversores), el lado de la demanda (es decir, las participadas, las organizaciones que abordan las necesidades sociales), los intermediarios financieros y de desarrollo de capacidades que vinculan y brindan apoyo a los actores del lado de la oferta y la demanda del ecosistema SII, y un entorno propicio (es decir, todas las condiciones legales, reglamentarias y económicas que son necesarias para el SII).

El mercado de SII en la UE ha demostrado un rápido crecimiento en la última década, pero a pesar de los importantes progresos, el mercado de SII de la UE aún no ha alcanzado todo su potencial. El nivel de madurez del mercado SII en la mayoría de los Estados miembros de la UE sigue siendo bajo: en cuatro quintas partes de la UE se considera que se encuentra en sus etapas «incipientes» o «infantiles». Además, los niveles de desarrollo del mercado SII varían significativamente entre los Estados miembros de la UE. Alemania, Francia, Portugal, Italia y, aunque ya no son miembros de la UE, el Reino Unido, ya han alcanzado niveles de madurez del mercado SII relativamente altos. Sin embargo, la mayoría de los otros países de Europa occidental, meridional y septentrional tienen mercados menos desarrollados, incluso si se están involucrando cada vez más en el SII. El mercado del SII es el menos desarrollado en los países de Europa Central y Oriental (CEE).

II. Tipos de financiación para emprendedores sociales

Hay dos tipos principales de financiación para las empresas sociales:

La financiación de la deuda para emprendedores sociales tiene lugar cuando una empresa de capital de riesgo / ángeles / capital filápico presta dinero a la empresa por un período fijo contra una tasa de deuda de cuasicapital.

Como los fondos deben pagarse con intereses, generalmente es más alto, ya que invertir en nuevas empresas es más arriesgado que otros vehículos de inversión; Los emprendedores sociales se enfrentarán a mucha presión para aumentar los ingresos y hacer que la empresa sea rentable, lo que puede ser un asunto complicado para las empresas en etapa inicial. Cuando una startup no puede pagar la cantidad, entonces los activos, que generalmente se mantienen como garantía, se incautan. Sin embargo, en este tipo de financiación no se produce ninguna influencia / interferencia con la forma en que está ejecutando su negocio.

La financiación de capital para emprendedores sociales tiene lugar cuando una empresa de capital de riesgo / ángeles / capital filantrópico invierte fondos en una startup a cambio de propiedad, ya que ven potencial de crecimiento y con el motivo de aumentar el rendimiento de 10-25 veces cuando la empresa se adquiere / se hace pública. En este caso, no existe ninguna obligación de reembolso de dicha inversión. Por lo tanto, una empresa puede centrarse más en los ingresos / ganancias futuras que en el presente. Sin embargo, la dilución del fundador tiene lugar (posee menos % de su propia empresa), así como los inversores mediante la adquisición de acciones de su empresa, convirtiéndose en la junta directiva y teniendo influencia / interferencia en la forma en que dirige su negocio. [4]

Algunas de las fundaciones e inversores sociales más progresistas se han dado cuenta de que los métodos actuales de financiación de las empresas sociales son ineficientes, tanto para las empresas como para ellas mismas, y han comenzado a trabajar para ampliar el acceso al capital. Estos son algunos de los mecanismos que están empleando:

Ø Garantías de préstamos.

La Fundación Bill y Melinda Gates ahora emite garantías de préstamos, en lugar de fondos directos, a algunas de las empresas que apoya, reconociendo que esta es una forma eficiente de aprovechar sus donaciones y proporcionar a las organizaciones una financiación más segura. Su primera garantía permitió a una escuela charter en Houston recaudar \$ 67 millones en deuda comercial a una tasa baja, ahorrando a la escuela (y a sus donantes) casi \$ 10 millones en pagos de intereses.

Algunas organizaciones han desarrollado vehículos financieros que combinan las propiedades de capital y deuda. Un título de deuda cuasi-capital es particularmente útil para las empresas que están estructuradas legalmente como organizaciones sin fines de lucro y, por lo tanto, no pueden obtener capital social. Tal valor es técnicamente una forma de deuda, pero tiene una característica importante de una inversión de capital: sus rendimientos están indexados al desempeño financiero de la organización. El tenedor del valor no tiene un derecho directo sobre el gobierno y la propiedad de la empresa, pero los términos y condiciones del préstamo están cuidadosamente diseñados para dar incentivos a la administración para operar la organización de manera eficiente. Los inversores sociales compran estos valores, que desempeñan la función de capital y hacen posible que las empresas sociales ofrezcan a los bancos y otros prestamistas con fines de lucro una oportunidad de inversión competitiva.

Considere el Fondo Bridges de Emprendedores Sociales, uno de varios fondos sociales de la compañía de inversión del Reino Unido Bridges Ventures. El fondo tiene unos 12 millones de libras esterlinas para invertir en empresas sociales. Recientemente comprometió £ 1 millón para un préstamo social a HCT, una compañía que utiliza excedentes de sus autobuses comerciales de Londres, autobuses escolares y servicios Park & Ride para proporcionar transporte comunitario para personas que no pueden usar el transporte público convencional. Este préstamo social tiene una característica de cuasi-capital: el fondo toma un porcentaje de los ingresos, compartiendo así parte del riesgo y las ganancias del negocio. Debido a que el préstamo está vinculado a la línea de ingresos superior, proporciona a HCT fuertes incentivos para gestionar el negocio de manera eficiente. Los convenios sobre tales préstamos a menudo se agregan para evitar que la misión se desvíe de los objetivos sociales.

Ø Pooling

Las técnicas que implican la mancomunación de fondos también han abierto nuevas puertas financieras a las empresas sociales, porque la institución de mancomunación puede adaptar sus pasivos a las necesidades de diferentes tipos de inversores. El inversor de capital social con sede en Suiza BlueOrchard, por ejemplo, reúne carteras de muchos microprestamistas y las agrupa en tres tramos. El tramo inferior es el capital de BlueOrchard, que ofrece altos rendimientos pero asume la primera pérdida. El siguiente tramo ofrece un rendimiento esperado más bajo pero tiene menos riesgo. Toma la segunda pérdida, después de que se elimina el capital, y es análogo a un bono convertible. El tramo superior promete un rendimiento bajo pero relativamente seguro; Es comprado por inversores de deuda convencionales.

El modelo de agrupación se ha extendido a nivel mundial, con innovadores como IFMR Trust, en Chennai, dedicados a la titulización y financiación estructurada de carteras de préstamos de microfinanzas en las que conservan una participación en la inversión.

Ø Bonos de impacto social.

Otra innovación, el bono de impacto social, merece especial atención por su capacidad para ayudar a los gobiernos a financiar infraestructura y servicios, especialmente a medida que se recortan los presupuestos públicos y se estresan los mercados de bonos municipales. Lanzado en el Reino Unido en 2010, este tipo de bono se vende a inversores privados a quienes se les paga un rendimiento solo si el proyecto público tiene éxito, si, por ejemplo, un programa de rehabilitación reduce la tasa de reincidencia entre los prisioneros recién liberados. Permite a los inversores privados hacer lo que mejor saben hacer: asumir riesgos calculados en busca de beneficios. El gobierno, por su parte, paga un rendimiento fijo a los inversores por resultados verificables y mantiene cualquier ahorro adicional. Debido a que traslada el riesgo de fracaso del programa de los contribuyentes a los inversores, este mecanismo tiene el potencial para transformar las discusiones políticas sobre la expansión de los servicios sociales. Desde los Estados Unidos hasta Australia, los gobiernos nacionales y locales están desarrollando bonos piloto para financiar intervenciones dirigidas a la falta de vivienda, la educación de la primera infancia y otros temas. Estados Unidos podría incluso usar este enfoque para apoyar su programa espacial hambriento de finanzas, por ejemplo, emitiendo "bonos espaciales" que pagarían un retorno solo si una misión tripulada llegara a Marte a tiempo y por debajo del presupuesto.

Para acceder al capital, las empresas sociales tienen que hacer varias cosas, incluida la realización de una investigación de mercado intensiva para demostrar su

necesidad de financiación y su capacidad para administrar y expandir su negocio.

Sin embargo, aún podrían surgir obstáculos de financiación. Si eso sucede, las empresas sociales deben considerar las siguientes tres opciones: aprovechar las asociaciones, las organizaciones filáneas y las competiciones y fondos de causas sociales. [6]

Ø Las asociaciones de reparto de ingresos implican a emprendedores sociales que identifican a un socio que pueda aportar valor económico a ambas partes. El socio puede tener valor intelectual o propiedad para aportar que agregue valor a la empresa de una manera única. La belleza de esta estrategia es que es una situación de ganar-ganar para ambas partes.

El dinero filantrópico es un gran grupo de capital que los emprendedores sociales pueden aprovechar. Sin embargo, la definición de dinero filantrópico ha cambiado a lo largo de los años. Originalmente, significaba donaciones simples, que comúnmente se ven hoy en día como un método insostenible de dar. La nueva ola de filantropía de hoy se llama impact, una forma de inversión en la que un impacto social o ambiental medible es parte del objetivo, junto con un beneficio financiero. Para los empresarios, esta fuente de capital es ventajosa porque requiere objetivos de interés o rendimiento más bajos que la tasa de mercado, y para los filántropos, una atracción principal es que el capital devuelto se puede reciclar en otras actividades caritativas. Sin embargo, el concepto de inversión de impacto aún está evolucionando, y tomará algún tiempo hasta que pueda acomodar al creciente número de empresas sociales.

Finalmente, como en otras industrias, las competiciones de startups, aceleradoras, inversores ángeles y fondos de impacto proporcionan una valiosa exposición y tutoría, que puede conducir a capital para empresas sociales. Buenas vías para explorar serían las competiciones de planes de negocios, como la Global Social

Venture Competition y el Hult Prize, así como las incubadoras de empresas y aceleradores como Echoing Green, Unreasonable Institute y Endeavor Global. Dado que la mayoría de las empresas sociales comienzan gracias a donantes comprometidos y apasionados, el desafío para el emprendedor social es identificar un modelo sostenible.

Desarrollos como estos están ampliando los límites del financiamiento de empresas sociales. No es difícil imaginar que en algún momento las empresas sociales tendrán un universo aún más amplio de opciones de financiación que las empresas convencionales. Con todos estos tipos de pasivos disponibles y con la posibilidad de titularizarlos y venderlos, las posibilidades de financiación y crecimiento para las empresas sociales comienzan a parecer muy prometedoras.



Series	Etapa de la empresa y justificación	A quién dirigirse
Pre-semilla	- Etapa previa al producto - Desarrollo de prototipo de producto - Contratación de miembros clave del equipo	- Amigos y familiares - Ángeles - Incubadoras
Semilla	- Etapa de ajuste producto-mercado - Desarrollo de productos	- Ángeles - VC en etapa inicial - Aceleradores
Series A	- Etapa de crecimiento de ingresos - Ventas/Marketing e Investigación de Mercado	- VCs - Super Ángeles
Series B	- Primeros signos de la etapa de operación de escalado - Contratación de talento - Experimentos de diferentes segmentos de mercado y canales de ingresos	- VCs - Etapa tardía VCs
Series C+	- Etapa de operación a gran escala - Nueva geografía	- VC en etapa tardía - Fondos de Capital Privado - Fondos de cobertura

Cada tipo de inversor proporciona diferentes tipos de financiación y apoyo para la ampliación.

Tipo de inversor	Definición	Series generalmente invertidas en
Ángel (Ejemplo: Red Europea de Business Angels)	- Alto patrimonio neto Individuo entre amigos / familiares - Inversión única, generalmente a cambio de propiedad. - Fuente principal de financiación para la mayoría de las start-ups	Pre-semilla y Semilla
Acelerador (Ejemplos: Katapult Accelerator y Urban-X)	- Proporciona capacitación, tutoría y apoyo empresarial - Bastante selectivo - Basado en cohortes - Una vez que se ha desarrollado el MVP, la inversión generalmente a cambio de propiedad	Financiación inicial
Incubadora	- Ayuda a los empresarios a refinar las ideas de negocio y construir su empresa desde cero - Por lo general, no requieren capital y no ofrecen capital.	Ninguno
Equity Crowdfunding (Ejemplos: WeFunder y Republic)	- Una práctica de recaudar fondos de individuos para apoyar su causa - Importe nominal de lotes de particulares a cambio de propiedad - Aún no es legal en la mayoría del país, aparte de la causa social	Serie A

Type of Investor	Definition	Series usually invested in
Capital filantrópico (Ejemplos: The Global Good Fund y New Profit)	- Organizaciones sin fines de lucro - Inversiones solo en empresas emergentes que promuevan el bien social - Estas inversiones se realizan predominantemente en forma de participación accionaria y préstamos.	Serie A y Serie B
Capital de riesgo (Ejemplos: Capital de Impacto Social , Mejores Emprendimientos y Emprendimientos Responsables)	- El capital de riesgo generalmente proviene de inversores acomodados y bancos de inversión. - Por lo general, financian nuevas empresas, empresas en etapa inicial y emergentes que parecen tener un alto potencial de crecimiento o aquellas que han demostrado un alto crecimiento a cambio de la propiedad. - También proporcionan tutoría / conocimiento experto a sus compañías de cartera.	Semilla Serie A Serie B Serie C
Capital Privado (Ejemplos: TZPGroup y FullCycle)	- El capital privado generalmente proviene de inversores acomodados y bancos de inversión - Prefieren financiar empresas estables a cambio de la propiedad	Serie C+

Al determinar si un posible inversor es el adecuado para una empresa social, el emprendedor social debe considerar criterios formales e informales. Las siguientes preguntas están diseñadas para ayudar al emprendedor social a tomar la decisión sobre si el inversor social que se busca es el adecuado..

Preparación para la inversión

¿Financiadores de empresas sociales versus inversores?

Los financiadores de empresas sociales (sin fines de lucro) generalmente consideran su "causa" y los beneficios sociales o ambientales que una organización o programa generará hacia esta causa como la primera prioridad en la evaluación de oportunidades de financiamiento.

Los financiadores también revisarán y evaluarán el modelo financiero para garantizar que haya fondos adecuados disponibles para satisfacer las necesidades actuales y futuras de la empresa social.

Los inversores en negocios con fines sociales (con fines de lucro) generalmente buscan rendimientos financieros como su máxima prioridad. Buscan oportunidades impulsadas por el mercado para un negocio rentable basado en un servicio o producto que resuelva problemas reales. Específicamente para los inversores sociales, están buscando nuevas soluciones innovadoras para problemas sociales y / o ambientales complejos que puedan escalarse de manera significativa para maximizar el beneficio para la sociedad. Los inversores emergentes en este sector han indicado su disposición a obtener un menor rendimiento financiero a cambio de su riesgo de inversión financiera para aquellas oportunidades que pueden crear beneficios sociales o ambientales significativos. Tanto los financiadores de empresas sociales como los inversores también evalúan:

¿Qué tan innovador es el modelo de negocio o servicio?

¿Tiene la organización personas, procesos, tecnologías y estructuras de gobierno adecuadas para tener éxito? Buscarán la validación externa de los usuarios existentes o potenciales de productos y servicios en

cuanto a los beneficios que se proporcionarán.

¿Cuál es el tamaño de la oportunidad de mercado?

Esta es una consideración clave para los inversores y también para los grandes financiadores que buscan un impacto significativo para una causa en particular, ¿Compensa? Sin embargo, hay muchas ideas que contribuirán a la sociedad de manera positiva. Son esas iniciativas verdaderamente transformadoras las que los financiadores e inversores buscan en las empresas sociales.

¿Puede el financiador o inversionista agregar valor a la escala de la empresa?

¿Puede el financiador o inversionista participar en la iniciativa de financiamiento basándose en su propia estructura legal? Los emprendedores sociales deben ser conscientes de que los financiadores o inversores pueden rechazar oportunidades buenas y sólidas basadas en sus propias restricciones legales en el entorno actual de emprendimiento social emergente y la experiencia colectiva y las redes de una organización en particular.

Algunos pasos sencillos para atraer inversiones y ganarse el respeto de la comunidad inversora para la empresa social:[9]

Crear un plan de negocios

Su plan de negocios tiene que ser claro y bien escrito. Esta es la parte más importante de la tarea: la mayor parte del éxito de todo el proyecto depende de su plan de negocios. Debe definir lo que desea lograr dentro de un período determinado. Tienes que caracterizar tu base de clientes y mercado; Tienes que explicar lo que tienes que los competidores no tienen; Tienes que describir el mercado y el potencial de crecimiento. Además, no olvide mencionar con quién está trabajando y cuáles son sus habilidades y experiencia. Solo un plan detallado y preciso

atraerá la atención y el respeto de los inversores potenciales.

Preste atención separada a su planificación financiera

Sea lo más meticuloso posible en su planificación financiera porque cuanto más detallado sea sobre los costos y el dinero, más querrán invertir en su idea las personas a las que desea pagar por el proyecto. Debe proporcionar información sobre la rentabilidad relativa de sus actividades y las tendencias en los ingresos para que el inversor pueda ver a qué está poniendo su dinero y cuándo los va a recuperar. No olvide mencionar las tendencias en las pruebas de costos y escenarios, que son tan importantes como el resto descrito anteriormente. Cuanto más preciso sea con sus finanzas, en lugar de financiadores que se centran en el apoyo a las iniciativas comunitarias locales de base.

¿Existe un plan viable de "salida al mercado" o "ejecución"?

¿Logrará el plan una cuota de mercado significativa y logrará una cuota de mercado económica y/o social?

Planificación, cuanta más confianza obtenga del inversor y más posibilidades tendrá de recibir una financiación para empresas sociales.

Explique por qué necesita inversión

Debe ser capaz de responder a dos preguntas: ¿Por qué necesita la inversión?

¿Por qué debería dárselo a ti y no a nadie más? Aquí, debe describir para qué se usará y qué debe suceder para garantizar el éxito. Debe convencer a los inversores de que su empresa social va a lograr los objetivos establecidos y traer dinero y, por lo tanto, vale la pena invertir su dinero. Simplemente encuentre y defina qué tiene de especial su proyecto, qué lo hace destacar del resto y por qué necesita dinero más que nadie. Ser capaz de responder a estas preguntas persuadirá a los inversores.

Asegúrese de proporcionar transparencia en su plan

La única manera de ganarse el respeto de la comunidad inversora es ser claro y transparente. No importa de lo que esté hablando, no importa qué plan ofrezca a los inversores, todo tiene que ser transparente. Esto es lo que los inversores exigen de los proyectos. Recuerda que la brevedad es el alma del ingenio. Así que trate de hacer que el plan de negocios junto con la planificación financiera sea corto: pregúntese después de cada oración que escriba si contiene la información necesaria y si es necesaria.

Como se ve en la información anterior, no es aconsejable solicitar subvenciones sin fines de lucro sin la preparación adecuada. Tienes que trabajar en tu proyecto cuidadosamente para que los inversores te consideren. Dedicar tiempo y esfuerzo a formular el núcleo del proyecto le traerá éxito. Es posible que no encuentre al inversor desde la primera vez; Sin embargo, si su plan es de alta calidad, pronto encontrará uno.



Inversores sociales en Europa

La inversión social es el uso de las finanzas para lograr un retorno social, así como financiero. El dinero es proporcionado por inversores que quieren verlo devuelto y ver que se ha gastado en mejorar la sociedad. La inversión social proporciona financiación para desarrollar la capacidad a largo plazo de una organización para lograr su misión social.

Puede encontrar más información y orientación sobre cómo atraer mejor a los inversores en la Guía de Inversiones desarrollada dentro del proyecto:

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1aakBkBa0-YYEVypYa9iG4MX2W-zjnHZ5>



Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones y recomendaciones

Es alentador que un representante de la Agencia de Empleo del Condado Rumano, al asistir al evento Multiplier, expresó un gran interés en colaborar con los involucrados en el modelo de incubación para desarrollar un proyecto similar dentro de la Agencia. Casa Ioana tiene la intención de tomar la iniciativa y desarrollar esta oportunidad en un futuro próximo.

Entrenadores y mentores

Está claro que el coaching ayuda a los emprendedores durante el proceso de incubación.

El seguimiento con mentores y entrenadores es interesante porque comparten sus experiencias desde muchos ángulos. Esto hace que sea más fácil detectar dificultades y oportunidades relacionadas con la capacitación que podrían no ser evidentes si solo se tiene en cuenta un ángulo.

Dado que el mentor se especializa en el sector empresarial de la empresa que está siendo asesorada, es evidente que los mentores compartieron su red de contactos con los empresarios, lo que facilitó la actividad empresarial o les brindó oportunidades que de otro modo no habrían contado. Además, el mentor bien podría contratar a un emprendedor si considera que el producto o servicio empresarial es de interés y de buena calidad.

Algunos empresarios permanecen en contacto con el mentor después del final del programa, por lo que el mentor puede continuar guiando y asesorando al empresario con respecto a su empresa.

Empresarios

En cuanto a los empresarios, se observó que durante el proceso de incubación se encontraron diversos obstáculos que impidieron el resultado esperado previsto al inicio. Por ejemplo, un emprendedor recibió una muy buena oferta de trabajo y abandonó el proyecto conjunto.

Los socios del proyecto creen que las siguientes conclusiones y recomendaciones son relevantes y útiles para la replicación del modelo de incubación por parte de otras empresas, organizaciones, ONG, etc., en varios países después de pasar por el proceso de incubación creado por el proyecto Joint Venture.

Presentaremos las conclusiones y recomendaciones clasificándolas según los diferentes elementos que compusieron el proceso de incubación:

Sobre el proceso formativo

Aunque los materiales de capacitación fueron comp-rehensivos y cubrieron una amplia gama de temas cruciales para los empresarios en las incubadoras, está claro que los materiales deben simplificarse para que coincidan mejor con la experiencia previa de los empresarios.

Sin embargo, los capacitadores utilizaron herramientas educativas que facilitaron a los alumnos la comprensión de los temas que se enseñaron. El tiempo asignado al proceso de capacitación recibió comentarios positivos, al igual que los capacitadores.

Un factor importante con respecto al período de incubación de tres meses propuesto en el proyecto de Joint Venture, es que el tiempo

asignado fue demasiado corto y debe alargarse para permitir suficiente tiempo para que los que se incuban absorban y comprendan adecuadamente la información que se les da.

Para muchos de ellos, la información proporcionada era completamente nueva. Teniendo en cuenta su situación social y para muchos, su nivel académico, quedó claro que el período de incubación necesita ser alargado.

Los mentores enfrentaron desafíos para preparar a los participantes para comprender todos los desafíos que debían enfrentarse al establecer un negocio, en particular, para encontrar financiamiento inicial para sus propuestas comerciales.

con su ONG. Otro empresario, debido a problemas de salud, necesitó la ayuda de su mentor para completar los trámites legales necesarios requeridos por su estado de salud. Este proceso retrasó negativamente el proceso de incubación. Otro empresario abandonó el proceso de incubación debido a problemas de salud. Finalmente, durante el proceso de validación de una idea de negocio, el mentor no tenía la experiencia específica para coincidir con una empresa en particular.

Los empresarios creían en su empresa solo cuando el proceso de validación funcionaba bien desde el principio. Cuando su modelo de negocio fue desafiado al principio del proceso, perdieron su motivación para perseguir su idea de empresa.

Otros puntos clave:

Algunos empresarios solo lograron definir la sección de clientes de su idea de empresa, porque esto resultó desafiante y requirió una revisión completa de la idea de negocio. .

No todos los empresarios lograron llegar al paso final de establecer las finanzas de las empresas, es decir, los ingresos y gastos. La finalización exitosa del lienzo del modelo de negocio y la validación exitosa de la idea de negocio dependían del grado de madurez de la idea de negocio original. Se vio que cuanto más madurez, mayor era la probabilidad de completar el lienzo.

Cuando la incubadora aporta una idea (que ha sido previamente analizada), el emprendedor carece de motivación para desarrollarla y abandona el modelo de negocio.

Encontrar una financiación inicial adecuada para las ideas de negocios de empresas sociales resultó muy difícil.

En cuanto a los materiales

Se necesita una mayor inclusión de temas de capacitación como el desarrollo de negocios con conciencia social, capacitación en inteligencia emocional y asesoramiento legal. Además, se recomiendan algunos programas electivos como introducción al uso de herramientas digitales fundamentales, clases para hablar en público, etc..