

# Del proyecto a la empresa: misión, visión y emprendimiento social

*Una idea no es todavía un proyecto. Lo que convierte una ocurrencia en algo que merece la pena empezar es saber para qué existe y hacia dónde mira. Esta unidad trata el salto de la idea al proyecto como cuestión de propósito —no de papeleo—, cómo proteger lo que has creado y qué pasa cuando el objetivo no es solo ganar dinero, sino mejorar el mundo.*

---

# Objetivos de la unidad

- Distinguir la idea del proyecto emprendedor y entender el salto de una a otro como una cuestión de propósito y no de procedimiento administrativo.
- Definir la misión, la visión y los valores de un proyecto y redactarlos para una iniciativa propia, evitando las frases huecas.
- Reconocer las primeras fases de la puesta en marcha de un proyecto como una actitud —validar, empezar pequeño, aprender del error— sin confundirlas con el plan de empresa formal.
- Comprender por qué y cómo se protege una idea, un producto y una marca, distinguiendo de forma básica entre propiedad industrial e intelectual (marcas, patentes, modelos).
- Entender el emprendimiento social como una forma de emprender cuyo objetivo principal es el impacto social o ambiental, y conectarlo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible vistos en la Unidad 3

---

# Conceptos clave

- **misión**
- **visión**
- **valores**
- **propósito**
- **proyecto emprendedor**
- **propiedad industrial**
- **marca**
- **patente**
- **emprendimiento social**
- **empresa social**

---

# De la idea al proyecto

Tener una idea es fácil. Casi todo el mundo, si se le pregunta, tiene tres o cuatro «se me ocurrió una vez que...». Lo difícil —y lo que esta unidad quiere iluminar— es entender por qué la inmensa mayoría de esas ideas nunca llega a ninguna parte y qué tienen las pocas que sí.

---

# Misión, visión y valores

Para poner por escrito ese propósito, el mundo de la empresa y del emprendimiento usa tres conceptos que conviene no confundir. Son sencillos de enunciar y difíciles de escribir bien, porque tienen la peligrosa tentación de quedar en frases huecas que no dicen nada.

---

# Poner en marcha el proyecto: una actitud, no un trámite

Una vez que el propósito está claro y la misión y la visión escritas, llega el momento de empezar. Aquí es donde esta unidad se desmarca con claridad de las materias que enseñan a montar empresas paso a paso.

---

# Proteger la idea, el producto y la marca

Imagina que has dedicado meses a desarrollar un producto o un nombre comercial que empieza a funcionar. ¿Qué impide que otro lo copie y se aproveche de tu trabajo? Aquí entra una pieza del saber B.5 que suele pasarse por alto: la **protección** de lo que has creado.

---

# El emprendimiento social

Hasta aquí hemos hablado de proyectos sin preguntarnos por su finalidad última: dábamos por hecho que el objetivo era crear algo útil y, de paso, ganarse la vida. Pero hay toda una forma de emprender en la que el objetivo principal no es el beneficio económico, sino **resolver un problema social o ambiental**.

---

# Conexión con el resto de la materia

Esta unidad cierra el bloque de emprendimiento dándole una dirección. En las Unidades 5 y 6 conociste el perfil y las actitudes de la persona emprendedora; aquí has visto hacia qué propósito apuntarlas y cómo proteger lo que se crea.

---

# Glosario

- **Idea:** intuición o ocurrencia sobre algo que podría hacerse o resolverse; abundante y gratuita, todavía no es un proyecto.
- **Proyecto emprendedor:** idea a la que alguien dedica tiempo, esfuerzo y propósito con la intención de llevarla a la práctica.
- **Propósito:** razón profunda por la que se emprende un proyecto, más allá del beneficio económico; el combustible que sostiene el esfuerzo ante las dificultades.
- **Misión:** razón de ser del proyecto en el presente: qué hace, para quién y qué problema resuelve.
- **Visión:** aspiración de futuro del proyecto; qué quiere llegar a ser o a lograr a medio o largo plazo.

---

## Para profundizar

- **El portal de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)** ([oepm.es](http://oepm.es)). Por qué encaja: permite buscar si una marca está libre y entender, con ejemplos reales, cómo se protege la idea, el producto y la marca; ideal para una actividad práctica de búsqueda.
- **Un mundo de tres ceros** — *Muhammad Yunus* (2018). Por qué encaja: el Nobel de la Paz creador del microcrédito explica su visión del emprendimiento social como herramienta para acabar con la pobreza, el desempleo y las emisiones.
- **El portal de B Lab / B Corp en español** ([bcorpSpain.es](http://bcorpSpain.es)). Por qué encaja: presenta el sello que distingue a las empresas que equilibran beneficio e impacto, con casos españoles, perfecto para contrastar compromiso real frente a greenwashing.
- **Web corporativa de Patagonia, sección «Activism» y «Ownership»** ([patagonia.com](http://patagonia.com)). Por qué encaja: muestra una misión empresarial llevada hasta

---

# Preguntas para reflexionar

Estas preguntas no tienen una respuesta única. Sirven para discutir en clase o para pensar al cerrar la unidad:

---

# Lo esencial

- Una **idea** es una intuición que cualquiera puede tener; un **proyecto** es una idea con propósito y dedicación. Lo que las separa es el **para qué** que sostiene el esfuerzo cuando llegan las dificultades.
- La **misión** explica para qué existe el proyecto hoy; la **visión**, a dónde aspira a llegar; los **valores**, cómo actúa cada día. Una buena misión es concreta y comprobable, no una frase que valdría para cualquiera.
- Poner en marcha un proyecto es, ante todo, una **actitud**: empezar pequeño, validar pronto con personas reales y aprender del error. No es —en esta materia— construir un plan de empresa formal.
- Crear cuesta y copiar es barato; por eso se **protege** lo creado. La **propiedad industrial** (marcas, patentes; se registra en la OEPM) y la **propiedad intelectual** (obras artísticas; nace con la creación) premian al creador para fomentar la innovación.

· [profedeeconomia.es](http://profedeeconomia.es)