



Plan de empresa de impacto en base a la Nueva Economía y la Innovación Social

1. **Análisis externo Ecosocial**
2. **Definición de valores y propósito**
3. **Identificación de las Nuevas Economías implicadas**
4. **Identificación de los grupos de interés (stakeholders) y ODS vinculados**
5. **Plan Comercial y Estrategia de Marketing Ecosocial**

1. Análisis externo Ecosocial

Análisis PESTEL (Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico y Legal) desde un enfoque social y ambiental.

Esto nos ayudará a analizar nuestro entorno y donde nos queremos posicionar.

2. Definición de valores y propósito

Tras el análisis externo Ecosocial, será necesaria la definición de nuestros valores y el propósito de la empresa que marcarán la toma de decisión del negocio a lo largo de su vida. (Autenticidad de la marca)

3. Identificación de las Nuevas Economías implicadas

Análisis de las NNEE puestas en práctica en el desarrollo de la actividad y las bondades consecuentes.

4. Identificación de los grupos de interés (stakeholders) y ODS vinculados

Análisis de las diferentes acciones del negocio y su vinculación con los grupos de interés y los ODS.

5. Plan Comercial y Estrategia de Marketing Ecosocial

Una vez realizado el análisis externo, definidos los valores y el propósito de la empresa, y realizada la vinculación de nuestro negocio a los ODS y las NNEE, estaremos preparados para la definición de nuestro plan comercial y estrategia de marketing Ecosocial, que nos permitirá buscar la ventaja competitiva.

