

1. Treballador per compte propi / aliè

La primera pregunta a l'hora d'estudiar aquest mòdul és: Què preferixes: treballar per compte d'altri en una empresa que no s'igualava teva o treballar per compte propi en la teva empresa?

Si la teva intenció és tenir un contracte de treball a una empresa, assumir les responsabilitats del teu lloc de treball i oblidar-te quan es compleixi l'horari, sense assumir els riscos de la marxa de l'empresa, segurament tens el perfil de treballador per compte d'altri. Si et mou per dins "la inquietud" de crear la teva pròpia empresa, assumint els riscos i les responsabilitats que comporta, és que tens un perfil de treballador per compte propi.

Què succeeix si tinc un perfil de treballador per compte d'altri? M'aporta alguna cosa aquest mòdul de EIE si no vull tenir la meva pròpia empresa? Si, per dos motius:

D'una banda **les teves inquietuds i les teves necessitats laborals d'ara no seran les mateixes** que les de dins de 5 o 10 anys: hauràs madurat en el teu treball i estaràs més segur de tu mateix, et podràs trobar amb una oportunitat de crear un negoci que no esperaves o fins i tot amb un capital que abans no tenies. L'esperit emprendedor de crear una empresa pot activar-se d'aquí a uns anys perquè les persones maduren i canviem amb el temps.

I si no es "activa" l'esperit emprendedor en un futur? Per a què serveix EIE? Si no tens cap intenció de crear una empresa aquest mòdul t'aportarà el coneixement del funcionament intern d'una empresa, dels seus departaments i funcions, de les dificultats i de les possibilitats de creixement de les empreses; i aquest coneixement "sobre" les empreses et serà útil per a quan treballis dins d'una d'elles com a treballador per compte d'altri.

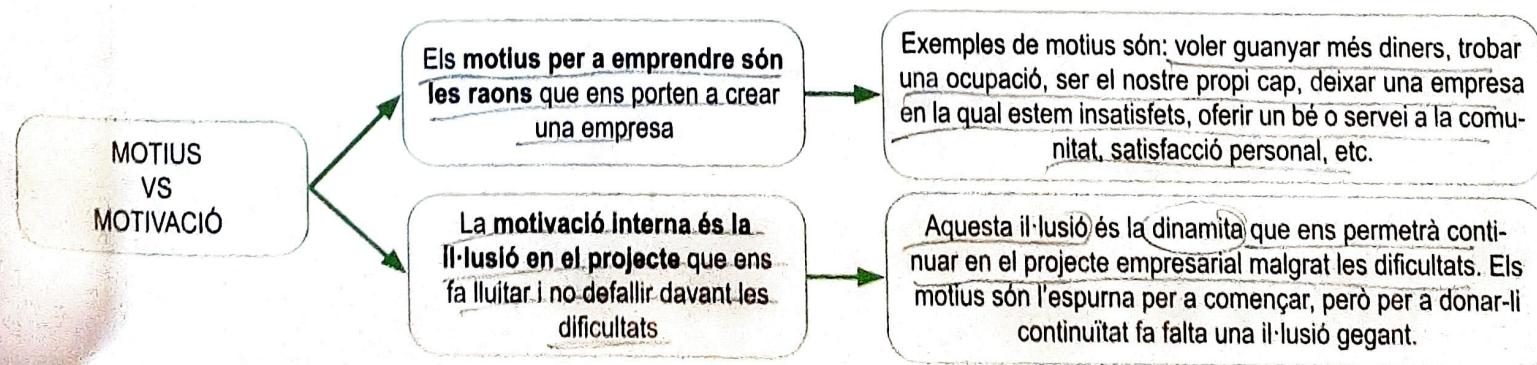
Quines diferències trobem entre ser treballador per compte d'altri o per compte propi?

Treballador compte aliè	Treballador compte propi
• Dependre d'un cap	• Ser el nostre propi cap
• Responsabilitat limitada a complir amb el seu treball	• Assumir responsabilitats en la marxa del negoci
• Un salari fix, amb independència de beneficis	• Beneficis o pèrdues, assumeix el risc econòmic
• Complir un horari de treball	• Emportar-se la tasca a casa fora de l'horari de l'empresa
• La satisfacció laboral ve molt determinada pel clima i funcionament intern de l'empresa	• És una font de satisfacció personal i professional l'assumir un repte empresarial

A) L'empresari a la força

És aquell empresari que decideix muntar una empresa perquè "les circumstàncies li han portat a això": "m'he quedat sense ocupació, en el meu sector no hi ha treball ara mateix, no deixo de tirar currículums i ningú em crida, etc". En aquest cas, una persona decideix crear una empresa per "la necessitat urgent" de trobar treball, més que per convenciment intern de voler desenvolupar un projecte empresarial assumint tots els inconvenients que suposa ser treballador per compte propi.

Seguint a Fernando Trias de Bes, per a ser un emprendedor no és tan important els "motius" com la "motivació interna", entesa com la il·lusió en el projecte que ens fa lluitar per aconseguir-lo. Amplia aquesta idea en la lectura del lateral.



2. Requisits i teories de l'empresari

A) Requisits bàsics de l'empresari

Hi ha 3 requisits bàsics que ha de complir mínimament una persona per a poder convertir-se en empresària: acceptar el risc que suposa l'aventura de crear una empresa, disposar d'un capital mínim i accés a la tecnologia necessària d'aquesta activitat, i posseir unes habilitats personals i socials que li permeten desenvolupar el projecte empresarial. Vegem detingudament cadascun d'ells:

Risc

- Ha de ser una **persona que accepti el risc**. Si desitja la seguretat de tenir una ocupació i un sou estable no serà una persona idònia per a crear una empresa. Una empresa tampoc és un segon treball, ja que requereix la presència contínua en el negoci.
- D'altra banda, el **context familiar** poden limitar o no l'acceptació del risc que suposa crear una empresa: la cura de fills, la pèrdua d'ocupació del cònjuge o heretar l'empresa familiar són condicions que influiran en l'acceptació o no del risc. D'igual manera, un cercle d'amistats on hi hagi empresaris o treballadors per compte d'altre també generarà expectatives positives o negatives cap al risc.

Capital y
tecnología

- Ha de disposar d'un **capital inicial** per a afrontar la creació de l'empresa, si no de la seva totalitat, almenys d'un 50% per a buscar fonts de finançament aliè. Els bancs no finançen el 100% de la inversió, ja que exigeixen que l'empresari assumeixi riscos aportant capital al projecte, o com a molt que estigui recolzat per un avalador perquè en cas d'impagament es responsabilitzi del deute.
- A més, **necessita de tecnologia** per a crear aquest tipus de negoci. Per exemple, per a poder obrir un taller de reparació de vehicles requerirà d'un determinat tipus de maquinària, la qual haurà de vendre l'empresa i pagar els proveïdors que la faciliten.

Habilitats

1) Considerar el negoci

Cada negoc té les seves propies particularitats, per això és preferible que abans s'hagi estat treballador per compte d'altre en una empresa del mateix sector.

» Per exemple, una perruquera que treballa 3 anys en una perruqueria i després decideix obrir la seva pròpia.

2) Disposar de coneixements d'administració i gestió:

Molts joves empresaris creuen que portar una empresa suposa ser un "tècnic" que disposa d'un capital per a crear una empresa i que es dedica a l'activitat productiva delegant en una gestoria tota l'administració i gestió de l'empresa.

Si bé es poden delegar algunes tasques **repetitives a la gestoria**, dirigir una empresa implica estar prenent decisions contínuament sobre la gestió i administració d'aquesta, per a això es requereixen uns coneixements mímims. Pensar que és la gestoria qui portarà tota la gestió és un error.

3) Habilitats personals i socials:

Per a crear i mantenir una empresa es requereixen unes **característiques de personalitat** que permeten ser capaç de **crear un projecte i il·lusionar** i fer participants als altres implicats en aquest. Requereix una visió optimista i una elevada tolerància a la frustració i les adversitats.

Ser **empresari** també suposa mantenir unes **relacions socials** contínues amb clients i proveïdors, la qual cosa requereix cert do de gents, d'escolta activa, empatia i assertivitat en les relacions socials.

B) La zona de confort

És la zona psicològica segura en què estàs quan et mous en un entorn que domines, allí tot resulta conegut i no arrisquem, ho tenim tot controlat i creiem que estem a resguard de qualsevol perill, però no obstant això tampoc creixem.

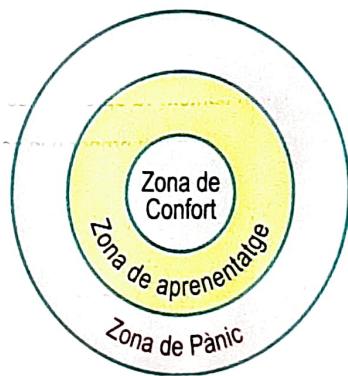
La zona de confort la formen les coses que fem habitualment: quan comprem i sortim als mateixos llocs, ens divertim de la mateixa manera, anem sempre al mateix lloc de vacances any enrere any, si treballem en la mateixa empresa sense arriscar-nos a un canvi, fins i tot quan no ampliem el nostre cercle d'amistats i mantenim les relacions socials de sempre. És un entorn predictable i que ens dóna seguretat, però té l'inconvenient de no permetre el creixement.

Quan sortim de la zona de confort ens trobem amb una zona d'aprenentatge, una zona en la qual amplies la visió del món, on pots observar i experimentar, i per tant aprendre. Per exemple quan viatges a un país desconegut, aprenes la seva cultura i enriqueixes els teus punts de vista; quan decideixes treballar d'una cosa nova que no havies fet abans; o quan convivisquis a un pis d'estudiants a una altra ciutat perquè t'has matriculat en la universitat i deixes, temporalment, la casa dels teus pares.

Les teories psicològiques parlen que existeix una zona de pànic o de por, no obstant això, totes les teories no tenen la mateixa visió d'on situar-la i de la seva funció. Així mateix, algunes també afegixen una zona màgica o de creixement.

1) Model clàssic: zona de confort- zona d'aprenentatge- zona de pànic

En 1908, Yerkes i Dodson van descobrir que les persones rendien més si es trobaven en un estat de comoditat relativa, on existís cert grau d'ansietat però no excesiva, perquè si sobrepassaven aquest límit les persones començaven a estressar-se, desmotivant-se. Aquest nivell alt d'ansietat generat els feia ser menys productives. Aquest model planteja que no cal sortir de la zona de confort tampoc cal llançar-se sense paracaigudes, cal sortir de la zona de confort però fent petits passos per a no generar molta ansietat i evitar arribar a una zona de pànic. Es cert que algunes persones poden fer un gran salt des de la seva zona de confort i saltar directament el seu nivell d'ansietat, però la majoria han d'anar fent petits passos buscant aquest equilibri entre la zona de confort i la zona d'aprenentatge.



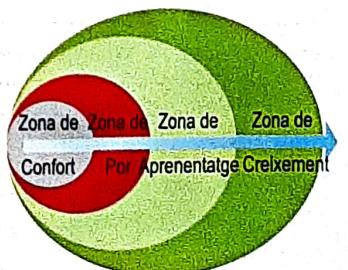
2) Model optimista: zona de confort- zona d'aprenentatge- zona màgica

Aquest model creu que més enllà de la zona d'aprenentatge no existeix una zona de pànic on ocorren coses gravíssimes, sinó una zona màgica on poden ocórrer coses meravelloses, és la zona dels grans reptes. Si avances més enllà de la zona d'aprenentatge no es perd el que ja es tenia, sinó que s'amplia molt més la zona de confort i la zona d'aprenentatge (com es veu en el gràfic). Per això has de superar les teves pors: por de fallar, al qual diran, al ridícul i a la vergonya, i que la teva motivació sigui superior a les teves pors per a avançar cap a zones desconegudes. A més de superar les teves pors, hauràs de tenir un objectiu, un somni, i tenir clar del perquè i per a què persegueixes aquest somni, llavors, en aquest moment, buscaràs en la teva zona de confort i d'aprenentatge totes les eines que et fan falta i avançaràs cap a la teva zona màgica, aquesta zona on els somnis es fan realitat. Pots saber més en el llibre i vídeo del lateral de Matti Hemmi "¿Te atreves a soñar?"



3) Model intermedi: zona de confort- zona de por- zona d'aprenentatge - zona de creixement

Aquest model és més recent, i creu que la zona de por ha de continuar apareixent, no obstant això no està més enllà de la zona d'aprenentatge creant un pànic horrible, sinó que és l'etapa següent a la sortida de la zona de confort. Tot aprenentatge requerirà un grau d'incertesa previ, per a sortir de la zona de confort hauràs de passar abans per una zona de pors i dubtes que hauràs de gestionar, i llavors en aquest moment estaràs en disposició d'aprendre. També creu que existeix una zona de grans reptes més enllà de la zona d'aprenentatge a la qual anomena zona de creixement.



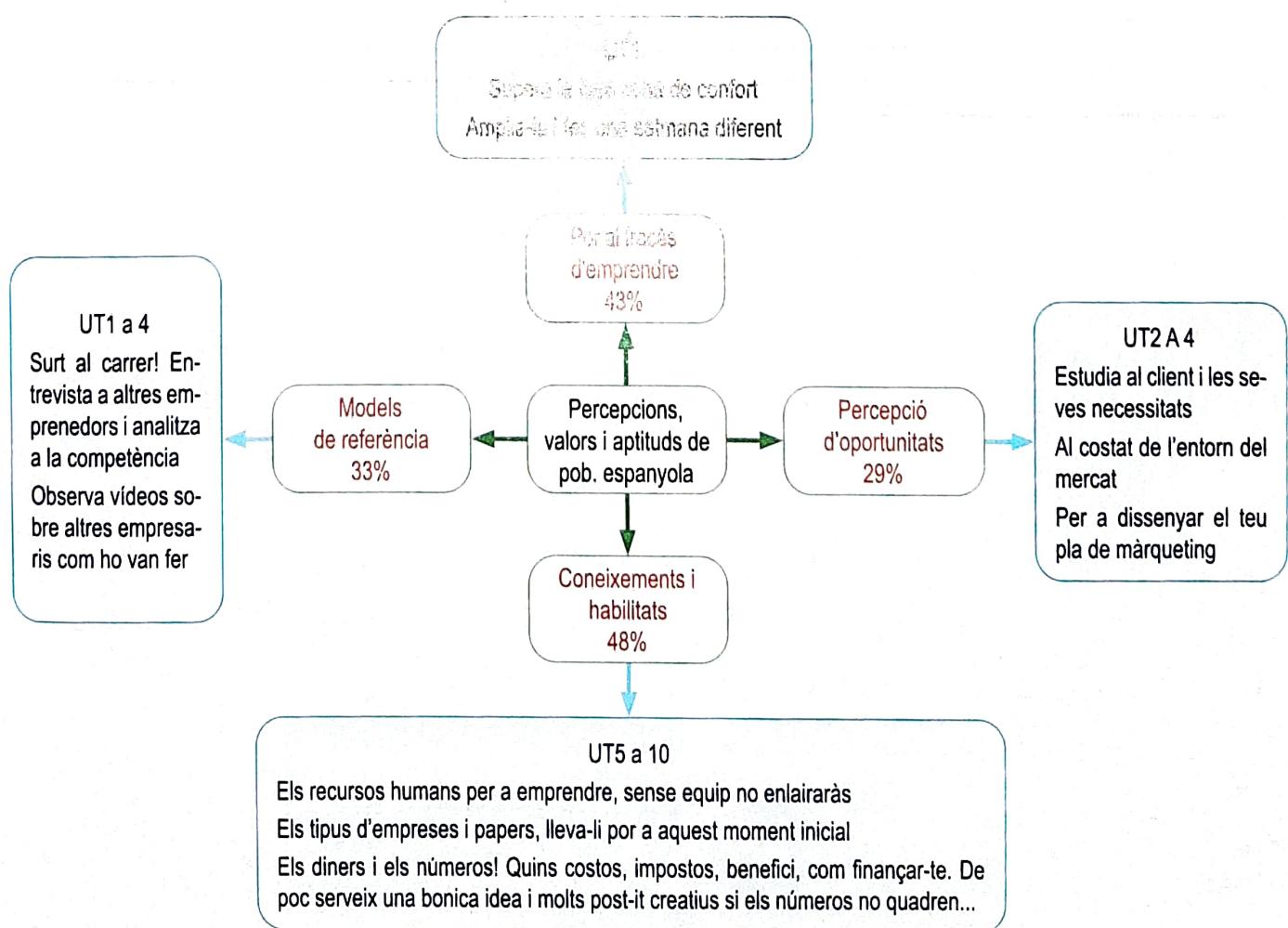
D) L'emprendedor en xifres - Valors, percepcions i aptituds

Com vam veure en la pàgina 10, el projecte GEM és un observatori internacional que des de 1999 analitza l'emprenedoria a través d'informes anuals. L'informe de 2018 d'Espanya se centra en estudiar quins són els **valors, percepcions i aptituds emprendedores de la població adulta activa** a través d'una enquesta a 21.600 persones a Espanya i d'informes d'experts, i els resultats comparats dels quals són:

Valors, percepcions i aptituds emprendedores	Espanya-2018	UE 28	USA	CHINA
Percep la por al fracàs com un obstacle per a emprendre?	43%	43%	39%	39%
Percep oportunitats per a emprendre en els pròxims sis mesos?	29%	45%	69%	35%
Posseeix habilitats, coneixements i experiències per a emprendre?	48%	44%	55%	24%
Coneix a altres personnes que han emprès l'any anterior?	33%	33%	38%	45%
Percepció social de l'emprenedoria	Espanya-2018	UE 28	USA	CHINA
Considera que la majoria de la població preferiria tenir el mateix nivell de vida?	71%	63%	50%	47%
Per a la majoria emprendre és una bona opció professional?	53%	59%	62%	60%
Per a la majoria emprendre amb èxit brinda un bon estatus social i econòmic?	50%	69%	78%	68%

El primer factor és la **por d'emprendre amb un 43%** de la població, sense sortir de la zona de confort és difícil poder arribar a involucrar-se en una activitat emprendedora. A més, la població espanyola **percep de l'entorn molt poques oportunitats**, el 29%, i encara que la meitat es considera **capacitada**, amb un 48%, i **coneix a altres empresaris** que li poden servir de models, el 33%, hi ha una **percepció social menys positiva de l'emprenedoria** que en altres països, en considerar-lo només la meitat com una bona opció professional i d'estatus social. Si recordem les dades de la pàgina 10, la **taxa d'emprenedoria a Espanya és només del 6%** de la població entre 16 i 64 anys.

Presentarem com al llarg del llibre de EIE treballarem aquests 4 aspectes (**por-oportunitats-models-coneixements**), que el model de GEM considera com a bàsics per a emprendre:



3. L'esperit emprendedor

L'esperit emprendedor fa referència a la capacitat innovadora de provar coses noves o fer-les d'una manera diferent. Per això, innovació i esperit emprendedor són dues idees que van unides, en la línia de la teoria de l'empresari innovador de Schumpeter. Per a aquest autor, el terme innovació no va unit necessàriament a inventar un producte nou en el mercat, sinó que existeixen diverses maneres de ser innovador:

Maneres de ser innovador segons Schumpeter i exemples

- Presentant un nou producte en el mercat
El chupa-chups: un caramel que s'agafa amb un pal; o el yogur gelat: un gelat sa i saludable que utilitz a ingredient el yogur natural.
- Obrint-se a un nou mercat o clients on no s'havia venut abans
Vendre aliments a altres col·lectius específics, com el torró o la xocolata sense sucre per a diabètics; o els aliments sense glütens per a celíacs.
- Descobrint una nova font d'aprovisionament de matèries primeres
Buscar un nou proveïdor fora de la localitat habitual de l'empresa fins i tot acudir al mercat exterior fora d'Espanya per a portar-lo directament des d'allí.
- Aplicant una nova manera de produir el producte o oferir el servei
La venda per internet utilitz la xarxa per a oferir tot tipus de productes i serveis. Es tracta d'un canvi en la manera d'ofrir el servei amb la venda directa.
- Organitzant l'empresa d'una manera diferent quant a l'organigrama o gestió de recursos humans
Empreses tecnològiques com Google, Apple o Microsoft es caracteritzen per motivar i potenciar la creativitat dels seus empleats.

Una possible definició d'emprendedor seria:

"Aquella persona que converteix una idea en projecte ~~comuna~~ sigui una empresa o una organització amb finalitats socials, generant algun tipus d'innovació en l'entorn i amb això beneficis econòmics i socials."

Per tant, el que caracteritza a un emprendedor és:

- La seva capacitat per a convertir en projecte real ~~una idea~~. L'emprendedor "emprén" en el sentit que és actiu i converteix el món de les idees en realitats. L'emprendedor ~~és~~ qui té la idea sinó qui és capaç de fer-la realitat.
- El projecte pot ser crear una empresa com una organització social, per exemple el fundador d'una ONG també seria un emprendedor.
- En convertir la idea en projecte real genera algun tipus d'innovació en l'entorn, la qual cosa comporta beneficis econòmics i socials tant per a l'emprendedor com per a l'entorn.

A) Tipus d'emprenedors

Com vam veure en la teoria de la tecnoestructura, els directius de les empreses també podien ser considerats els veritables empresaris en el sentit que dirigien l'empresa. Aquesta mateixa idea la podem aplicar al concepte d'emprendedor, de manera que **per a ser emprendedor no fa falta crear una empresa o una organització social**, sinó que els directius o persones amb responsabilitat d'un projecte poden ser considerats emprendedors. Això dóna lloc a dos tipus d'emprenedors:

L'emprendedor empresari

És aquell que llança un nou projecte empresarial assumint el risc econòmic d'aquest. Crea l'empresa des de l'inici i assumeix el risc de la innovació que comporta.

L'emprendedor corporatiu

És aquella persona que treballa dins d'una organització, però que disposa de l'autonomia suficient per a plantejar nous projectes i desenvolupar-los com si fossin propis. Per exemple, els gestors d'una ONG i els altres càrrecs de l'Administració que treballen en organitzacions que ja estan creades. També es diu **intraemprendedor** a aquell treballador que té autonomia per a emprendre.

4. Característiques personals dels emprenedors

En el següent quadre es desenvolupen les **8 característiques principals** d'un emprenedor. Podriem buscar moltes més, però aquestes 8 sintetitzen els aspectes personals que hauria de reunir un emprenedor que volgués llançar un projecte.

Creativitat i tendència a la innovació	L'emprendedor és un innovador per definició. Per a emprendre cal fer una cosa nova o fer-ho millor. Per tant, la creativitat de la persona i la seva capacitat per a aplicar-la al projecte és una característica bàsica de l'emprenedor.
Assumir el risc	Emprendre significa assumir el risc de fracassar en l'intent. Ara bé, el risc que s'assumirà ha de calcular-se i realitzar els estudis previs necessaris. El risc sempre és present en l'emprenedor, no desapareix amb la posada en marxa reeixida del projecte, sempre hi ha noves amenaces que sortejar.
Persistència	L'emprendedor no es desanima davant el primer fracàs, perquè sap que sempre hi ha algun, ni pretén un èxit instantani. Sapaprofitar el que té de bo els intents fracassats per a millorar en el següent intent. A més, els principis sempre són durs, cal persistir i saber esperar .
Autoconfiança però amb autocritica	L'emprendedor es marca els seus propis objectius amb realisme, té confiança aconseguir-los, sap el que vol aconseguir i l'esforç que això requereix. Tanmateix, l'emprenedor no sempre encertarà, amb el que ha de tenir capacitat d'autocrítica que li permet aprendre de les seves errors , en cas contrari es tancarà en les seves idees.
Capacitat d'organització.	L'emprendedor ha d'organitzar diferents recursos (humans, materials, capital, etc) per a aconseguir els seus objectius. Per això, ha de ser una persona organitzada a la qual no li desbordí portar diversos aspectes de l'empresa alhora.
Capacitat de treball	L'emprendedor ha de treballar durant moltes hores al dia , emportant-se el treball a casa en moltes ocasions, perquè el seu treball es dóna en funció de les exigències del projecte que emprèn. No significa que no hagi de fixar-se un límit de treball, però sí que ha de donar més de si mateix per a treure el projecte endavant.
Habilitats socials	Ja vam veure anteriorment que un emprenedor ha d'estar comunicant-se constantment amb clients i proveïdors . Això li exigeix unes habilitats socials de comunicació, escolta activa i assertivitat que li permeti interactuar amb els altres de manera correcta.
Honradesa	Per a tenir èxit a llarg termini cal tenir sentit ètic : respecte pels altres, compliment dels compromisos, compliment de la llei, etc. Procedir de forma no ètica pot suposar beneficis a curt termini, però a llarg termini produeix descrèdit i desconfiança.

Lean Startup: dissenya-valguda-aprèn

Pregunta-li a un familiar que et conegui

Ja t'has autoavaluat si posseeixes les característiques personals per a ser un emprenedor, però què pensen els altres sobre això? Et proposem que li preguntis a persones del teu entorn familiar que puguin conèixer-te bé: la teva mare, el teu pare, els teus germans o bé altres persones pròximes, i els donis el mateix test de la pàgina anterior perquè el compleixin en opinar sobre la teva capacitat emprendedora. També pots donar-li el test a 2 persones si creus que és millor tenir 2 opinions.

Aprèn:

1^{er}) En quins aspectes coincidiu més o menys i en quins no?

2^{on}) Què t'ha aportat la seva opinió? Canviaries la teva puntuació del test?

5. La idea de negoci

Tot projecte emprendedor comença amb una idea de negoci. Vegem què és la idea i de quins 3 aspectes consta:

La idea és la visió que té l'emprenedor del seu projecte empresarial, la qual ve a resumir 4 aspectes

- a) L'activitat a la qual es dedicarà: quin producte embeni, en quin sector.
- b) A qui els vendrà el producte i quina **necessitat** cobrirà en ells.
- c) El perquè de la venda d'aquest producte, per què li compraran a ell i no a la competència, què ofereix als clients perquè es vengui el producte, què fa que no facin els altres, què li diferencia. Aquest aspecte es diu "**proposta de valor**" o factor diferenciador.
- d) Quins **objectius** pretén aconseguir a curt termini, per exemple en 1 any.

A) Fonts d'idees de negoci

Les idees de negoci sorgeixen d'una oportunitat que l'emprenedor veu com a viable per a llançar un projecte empresarial. Els orígens d'aquestes idees de negoci poden venir de:

Característiques personals	
L'experiència professional en una altra empresa	Molts emprendadors primer han treballat en una altra empresa d'aquesta mateixa activitat i han anat perfilant la seva idea de negoci per a posteriorment llançar-se com a treballador per compte propi. Aquesta experiència pot venir precedida de posseir un títol acadèmic en aquest sector, però altres vegades l'emprenedor no té cap titulació prèvia, sinó que ha après de l'experiència.
Les aficions personals	El practicar un esport, un hobby, o qualssevol activitat en el temps lliure pot donar lloc a una idea de negoci en conèixer els detalls d'aquesta activitat i de les necessitats que cal cobrir en els clients
L'observació del mercat i l'economia	
L'observació d'una manca en el mercat	Un emprendedor pot observar oportunitat existent: existeixen serveis mal prestats o bé no hi ha cap empresa que ofereixi aquest servei en aquesta zona, existint clients que volguessin comprar-lo. En aquests casos l'emprenedor oferirà un producte a uns clients insatisfets amb el producte actual o que havien de desplaçar-se a una altra zona geogràfica per a adquirir-lo.
L'estudi d'altres mercats	Alguns emprendadors es dediquen a observar què és el que ja funciona en altres mercats o llocs, i ho "importen" al nostre país per a ser els primers a oferir aquest producte que s'ha demostrat que ja funciona.
L'observació de tendències	Continuament apareixen noves tendències o pautes de consum en la població. Hi ha nous productes que estan en auge i que els consumidors estan disposats a incloure en la seva cistella de la compra. L'emprenedor en aquest cas és un observador del que s'albira que començà a triomfar en el mercat, per la qual cosa s'avança als competidors i ofereix un producte que previsiblement serà acceptat pels clients.
La innovació d'un producte	
Oferir un nou producte	En aquest cas l'emprenedor pren un invent nou i el porta al mercat . És una opció molt arriscada, perquè encara no té informació sobre si serà acceptat pels clients, per això és més típic de les grans empreses que ja tenen diversos productes i llancen altres nous i proven si són acceptats o no pel mercat. Innovar no és només oferir un nou producte al mercat sinó també ofерir-lo de manera diferent , per exemple:
Oferir un producte de manera diferent	<ul style="list-style-type: none"> • Canviar alguna característica del producte perquè sigui diferent: amb l'interès per l'ecologia i l'estalvi energètic, els híbrids i els vehicles elèctrics van guanyant més adeptes. • Donar-li un nou ús al producte: L'aspirina s'utilitzava inicialment per al mal de cap, no obstant això, es va promocionar el seu nou ús per a qualsevol tipus de dolor muscular. • Vendre el producte a altres clients: Xocolates Valor, amb la seva campanya de publicitat "Plaer adult", vol ampliar la seva clientela dels nens al món dels adults.

B) La proposta de valor de la idea

Els experts en creació d'empreses coincideixen que l'important en la idea de negoci no és el producte que es vendrà, sinó la proposta de valor que hi ha darrere. Els emprenedors que no són capaços de respondre en 30 segons a qualsevol d'aquestes preguntes solen ser emprenedors "enamorats dels seus productes", però que no saben veure si el producte tindrà acceptació pels clients i, per tant, sortida en el mercat. Preguntes que poden ajudar a pensar sobre quin és la proposta de valor són les següents:

Per què es vendrà? Què els ofereixes als clients perquè ho comprin? Què té el producte perquè sigui diferent de la competència? Quines necessitats està cobrint dels clients perquè vulguin comprar-ho? Quins beneficis aporta als clients la compra del teu producte? És de major qualitat, millor preu, què és el que et fa diferent?

6. Generant la idea de negoci

Per a generar la idea de negoci un bon mètode consisteix en primer lloc generar moltes idees de negoci per a després anar valorant-les una a una de forma més racional i prendre la decisió de quin és la més convenient.

A) Treball individual

1^{er}) Pensa primer en **diverses idees de negoci** i explica de cada l'activitat/producte que es vendrà, el client al qual va dirigit, la necessitat que cobreix, la proposta de valor i un objectiu a 1 any que pretens aconseguir.

2^{on}) **Valora de cadascuna** de les idees els següents aspectes:

- a) L'interès personal o il·lusió en el projecte.
 - b) El problema que resol i la necessitat que cobriria en els clients.
 - c) Existeixen suficients clients que pagarien per aquesta idea? Com quants?
 - d) La proposta de valor, perquè et comprarien a tu i no a un altre. què els ofereixes que sigui diferent.
 - e) Amb quins recursos humans disponibles per a portar a terme aquesta idea? Sol o necessitaries a algú més?
 - f) Amb quins recursos econòmics disponibles ara per a aquesta idea? Pots demanar ajuda o finançament?
- Una vegada hagis valorat tots aquests aspectes **redacta el seu valor global** de cada idea de negoci per a decantar-te per una.

B) Treball en grup

1^{er}) En primer lloc cada membre del grup haurà de fer el treball individual anterior i proposar d'**1 a 3 idees** de negoci al grup.

2^{on}) Els membres del grup **repartiran un màxim de 100 punts** entre totes les idees de negoci i passaran les 3 amb major puntuació.

3^{er}) Es valoraran les idees a través de la dinàmica dels **barrets de Bono**. Es tracta d'una dinàmica on tots els membres d'un grup es posen un determinat "barret" o punt de vista sobre un tema i han de valorar-lo en conseqüència. La dinàmica es realitza amb 6 barrets o punts de vista, però per agilitzar el treball utilitzarem **4 barrets**:

4^{ta}) Finalment el grup es decidirà per una proposta d'idea de negoci, per això pot tornar a **repartir 100 punts** entre les diferents idees de negoci.

IMPORTANT: Aquesta idea de negoci és una hipòtesi de partida. Es tracta d'anar donant-li cos al llarg del curs i comprovar la seva viabilitat.

Redacta el teu pla d'empresa

Redacta la teva idea de negoci. Pots ajudar-te de les següents qüestions:

Activitat:	Clients:	Problema o necessitat que cobreix:	Proposta de valor:	Objectiu a 1 any:
Quina activitat realitzaràs? Quins productes vendràs?	Als qui es vendrà el producte? Estan disposats a pagar per això?	Quin problema està resolent? Quina necessitat està cobrint dels clients?	Quina és la teva proposta de valor? Què ofereixes perquè et comprin a tu? En què et diferenciaràs de la competència?	Per exemple: cobrir despeses, guanyar tal quantitat de diners, promocionar l'empresa encara perdent diners, guanyar un sou.



Casos pràctics a resoldre

A) Treballador per compte propi/aliè

1^{er}) Joan treballa d'electricista en una fàbrica d'automòbils des de fa 5 anys. L'altre dia, parlant amb un company de treball, li comenta: "Saps? M'ho muntaré pel meu compte, perquè estic fart del cap i dels torns d'aquesta empresa, i a més així podré triar les meves vacances quan em doni la gana."

- a) Quins motius té Joan per a crear una empresa? Segons el que hem vist en la teoria, té motivació?
- b) Creus que tindria èxit com a emprenedor (amb la informació de què disposes en l'enunci)?

2^{on}) L'Àngels està pensant a obrir una gestoria per a petites empreses on portar-los les nòmines, les assegurances socials, impostos, comptabilitat, etc. Està treballant en una empresa en el departament de recursos humans, però la política de l'empresa no li agrada perquè no té autonomia per a prendre decisions i les que rep del cap les veu incoherents. A més, ella es veu a si mateixa dirigint la gestoria, tractant amb els clients, portant-los la documentació, la qual cosa li fa una il·lusió gegant, per la qual cosa si cal sacrificar-se durant una temporada ho farà, perquè creu que està capacitada per a tirar-ho endavant.

- a) Quins motius té Àngels per a crear una empresa? I té motivació?
- b) Creus que tindria èxit com a emprenedora (amb la informació de què disposes en l'enunci)?

B) Requisits i teories de l'empresari

3^{er}) Inma i Elena treballen junes de mestres en una escola infantil des de fa diversos anys. Inma és molt inquieta i li pregunta a Elena què li sembla si munten una escola infantil entre les dues, perquè ella té uns diners estalviats que podria invertir, ja saben com funciona una escola, saben les gestions necessàries perquè han estat les dues caps d'estudi i han tramitat tota la documentació, i coneixen professors que podrien sumar-se al projecte i amb les quals mantenen una molt bona relació. Elena li contesta que no està interessada. Ella prefereix tenir el seu sou fix en el col·legi i no vol arriscar-se, a més el do de gents no és el seu fort i ja va acabar cansada com a cap d'estudis. Analitza si Inma i Elena reuneixen els requisits per a ser empresàries.

4^{ta}) Bernat i Alexandre són dos amics que sempre estan de broma sobre a qui li va millor en la seva empresa. Tomás és propietari d'una ferreteria on té contractats a un encarregat i 3 treballadors que realitzen tota la gestió i el treball. Alejandro és el gerent d'una petita empresa de pintures de 30 treballadors. Alejandro li diu sempre a Tomás que el veritable empresari és ell, que està al peu del canó gestionant l'empresa, però Tomás li replica que no, que ell és l'amo i és el veritable empresari. Analitza qui dels dos creus que té raó des de les teories de l'empresari.

5^{ta}) Indica per a les següents persones en quina teoria de podrien situar-se:

- a) Ana, que ha vist que les botigues de outlet de roba tenen estirada i ha decidit obrir una en el centre de la seva localitat
- b) Albert, el seu avi va ser el forner que proveïa a tota la comunitat que va heretar el seu pare i que ell seguirà el dia de demà
- c) El creador de la sèrie CSI Las Vegas, que ara veu com les sèries sobre policia criminalística molt semblants
- d) Ernest, és propietari de 3 granges de pollastres però ja no les gestiona, sinó que ha contractat un gerent.
- e) El gerent de l'empresa anterior, que en la seva targeta indica "empresari".

C) El emprenedor

6^{ta}) En un concurs del jove emprenedor han arribat fins a la final equips, un de 3 nois i un altre de 3 noies. La prova final consisteix a que sàpiguen buscar noves maneres de ser innovador en un producte nou. Els dos negocis plantegens són: una botiga de recanvis d'automòbils i una pizzeria. Les preguntes-guia són les següents:

- 1) Podeu vendre-li el vostre producte a un mercat o a clients que no s'havia venut abans?
- 2) Podeu trobar una nova font d'aprovisionament de matèries més barates o de millor qualitat?
- 3) Podeu oferir el servei de diferent manera amb alguna innovació que sigui acceptada pels clients?
- 4) Es pot organitzar l'empresa i els treballadors d'alguna manera que sigui innovadora i més eficient que abans?

Organizeu grups de 3 i trieu un dels negocis. Plantgeu innovacions possibles. Després comentieu-los en classe i trieu el més viable.

7^{ta}) És habitual que en els sopars dels dissabtes d'un grup sempre surti algú amb alguna idea d'un projecte innovador i li segueixen i vagin afegint-li funcions (i podriem també fer...!). L'objectiu és que no es reprengui el tema, i molt menys el dia de treball. Estàvem davant un grup d'emprenedors? Per què?

D) La idea de negoci

8^{ta}) Indica per als següents emprenedors quina va ser la seva font d'idees de negoci:

- a) Jesús, és dissenyador de moda i acudeix a totes les fira per observar tendències de mercat, especialment si són d'altres països.
- b) Carla, s'ha adonat que no hi ha una sola papereria en tot el seu poble que tothom ha d'agafar el cotxe per a anar a 5 km.

Repassa conceptes (test)

A) Treballador per compte propi/aliè

1^{er}) El treballador per compte propi es distingeix del de compte aliè que:

- a) Es limita a complir amb el seu treball.
- b) Assumeix el risc econòmic.
- c) Depèn d'un cap.
- d) Mai s'emporta el treball a casa.

2^{on}) La diferència entre motius i motivació per a crear una empresa és que:

- a) Els motius són sempre externs i la motivació és interna.
- b) Els motius són les raons que tenim per a crear-la i la motivació és la idea de negoci que ens empeny a obrir-la.
- c) Els motius són les raons que tenim per a crear-la i la motivació la il·lusió interna que sentim per crear-la i que ens fa lluitar i no defallir en els més moments.
- d) Els motius són la dinamita i la motivació l'espurna per a començar el projecte.

B) Requisits i teories de l'empresari

3^{er}) Entre els requisits per a ser empresari es troben les habilitats que fa referència:

- a) A l'habilitat manual per a treballar en aquest negoci.
- b) A conèixer el negoci, a tenir coneixements de gestió i a tenir habilitats personals i socials.
- c) A conèixer el negoci i a ser un emprenedor.

4^{ta}) Respecte al requisit de tenir capital per a fundar una empresa és cert que:

- a) Amb aportar el 10% és suficient, els bancs finançen la resta.
- b) L'empresa ha de disposar sempre del 100% del capital.
- c) L'empresa ha d'aportar almenys el 50%, perquè els bancs no finançen si l'empresari no assumeix riscos.

5^{ta}) Segons la teoria de l'empresari innovador:

- a) Els veritables empresaris són els innovadors, ja que realitzen invents en els laboratoris.
- b) Els veritables empresaris són els innovadors, ja que porten al mercat un nou producte o l'ofereixen de manera diferent, la qual cosa els dóna un avantatge respecte als altres.
- c) Els veritables empresaris són els imitadors dels innovadors, perquè ja tenen el camí caminat i treuen major benefici.

6^{ta}) La teoria de la incubadora és aquella que pensa que l'empresari és:

- a) Aquell que veu una oportunitat de negoci en el mercat.
- b) Aquell que ha après el rol d'empresari en l'empresa familiar o en una altra empresa.
- c) Aquell que busca una ocupació on romandre un temps.

C) El emprenedor

7^{ta}) El que caracteritza a un emprenedor és:

- a) La capacidad de crear nuevas empresas con beneficio económico.
- b) La capacidad de convertir en proyectos reales las ideas, generando algún beneficio para el emprendedor como para el entorno.
- c) Siempre es un empresario, pues son dos términos casi idénticos.

8^{ta}) El emprenedor corporativo:

- a) La capacitat de crear noves empreses amb benefici econòmic.
- b) La capacitat de convertir en projectes reals les idees, generant algun benefici per a l'emprenedor com per a l'entorn.
- c) Sempre és un empresari, perquè són dos termes gairebé idèntics.

D) La idea de negoci

9^{ta}) En la idea de negoci el veritablement important és:

- a) L'activitat a la qual es vagi a dedicar l'emprenedor i a qui es vendrà.
- b) La proposta de valor del perquè es vendrà el seu producte.
- c) Els objectius a llarg termini que es plantegi.

10^{ta}) Les fonts d'idees de negoci que provenen de l'observació de l'entorn econòmic són:

- a) L'experiència professional i les aficions personals.
- b) L'observació d'una manca en el mercat, estudiar les noves tendències i oferir un nou producte al mercat.
- c) Estudiar les noves tendències, estudiar nous mercats i oferir un mateix producte però de manera diferent.
- d) Estudiar les noves tendències, estudiar nous mercats i observar una manca en el mercat.
- e) Ofereix un nou producte o bé oferir-ho de manera diferent, canviant alguna característica, donant-li un nou ús o venent-lo a altres clients.