Solucions orientatives

Prova d’avaluació continuada 1.

L’esperit emprenedor i les actituds davant l’activitat emprenedora.

**Enunciat**

**ACTIVITAT 1 (3 punts)**

En aquesta activitat es realitzarà un debat sobre algunes de les idees tractades en el text següent.

Problemes com la desocupació, el despoblament, la manca de competitivitat de les empreses, la pèrdua de capital social que representa el fet que els joves marxin a estudiar fora i no retornin, la manca de perfils adequadament formats en les nostres empreses, la desconnexió entre l’oferta formativa existent i les necessitats de les empreses, etc. no es poden resoldre únicament a través de l’acció municipal, atès que les lògiques sòcio-econòmiques la sobrepassen i no entenen de delimitacions administratives.

Per tant, el desenvolupament econòmic i social s’esdevé en un territori i sobrepassa la municipalitat, i és per això que cal crear un espai de cooperació supramunicipal per tal de transformar les polítiques públiques municipals en una estratègia territorial comuna, ferma i amb sentit.

Concertar, planificar i fer conjuntament ha de millorar necessàriament la consciència ciutadana, augmentar i millorar la identitat col·lectiva, millorar l’eficàcia dels recursos públics, així com centrar-se en la solució dels problemes reals de les persones, i en definitiva enfortir el teixit social i econòmic del territori a través de la creació d’empreses que a la vegada serà un dels motors principals de generació d’ocupació.

A més, les relacions de treball tradicionals estan patint una gran transformació a causa de l’atur elevat en certs sectors i del descens d’ocupació pública; cada vegada és més freqüent el recurs de la subcontractació en totes les grans empreses. Tot això fa que la promoció de les iniciatives empresarials, es consideri un factor clau del creixement econòmic.

Per una altra banda, tot i que la capacitat de les pimes per a engendrar noves ocupacions no genera gaires controvèrsies, és més, unànimement es reconeix la importància d’aquestes; també és cert que s’alcen algunes veus crítiques envers en tema de l’emprenedoria.

Des d’algunes administracions i institucions defensen que aquesta no és la solució per als problemes i els reptes que se’ns plantegen. Alguns polítics argumenten que l’emprenedoria i en particular l’autoocupació té uns índexs de mortalitat empresarial molts grans i que conseqüentment deixen per camí molts damnificats. Alguns altres, n’opinen que fomentar l’esperit emprenedor d’una manera irresponsable és només una fugida endavant per part de les nostres administracions davant les incapacitats manifestes de trobar solucions a problemes tan greus com són el de la desocupació i el despoblament de bona part dels pobles rurals.

Com hem pogut llegir en els paràgrafs anteriors aquests són temes que generen certes controvèrsies. Ara és l’hora d’obrir un debat entre nosaltres. D'acord amb la informació que pugueu consultar i els materials dels mòduls didàctics, en aquesta activitat caldrà realitzar un debat a l'aula. Els temes que debatrem seran els següents:

Pregunta 1

Valores que es considera fonamental la iniciativa emprenedora per a superar els problemes plantejats en aquest text? O bé, penses que l’emprenedoria està sobrevalorada i en part, és només una manera d’emmascarar l’atur?

Pregunta 2

Què és el que preval a l'hora de determinar i predir l'èxit futur d'un projecte empresarial? És una idea de negoci genial, o bé, és la capacitat d'una persona o un equip emprenedor?

El professorat moderarà el debat i determinarà les dates d’inici i final.

Un cop acabat el debat has de fer un resum de quines han estat les principals idees i conclusions dels temes plantejats i incloure'ls dins de la PAC.

En primer lloc, en aquesta activitat de debat s’esperava que l’estudiant participés en els temes plantejats. En cadascun d’aquests havia d’intervenir tantes vegades com considerés que podia tenir aportacions interessants i noves a fer.

Les aportacions al debat han de contemplar opinions basades en aspectes relacionats amb els fonaments teòrics inclosos en els mòduls i en el material complementari.

Es valora tant la intensitat d'intervenció i participació en el debat com la qualitat de les aportacions que han d'estar basades en els fonaments teòrics dels mòduls o altres fonts d'informació. És a dir, que es valora el nombre de les aportacions realitzades, però sobretot es valora la qualitat d’aquestes. Les aportacions realitzades per l’estudiant han de ser prou aprofundides, ben estructurades, ben argumentades i han d’aportar quelcom de nou respecte les aportacions d’altres estudiants, a les que pot contestar i/o completar. De fet, és important que es demostri que l’estudiant segueix el debat i que els seus comentaris segueixen el fil de la conversa.

L’objectiu del debat era fer un procés de reflexió conjunt i debat virtual sobre diverses qüestions d’emprenedoria.

Les diverses interpretacions i punts de vista diferents de tots i totes les participants de l’aula mitjançant processos d’anàlisi i reflexió aporten valor en tant que és possible la riquesa de matisos que pot aportar cadascú. Per tant, es tractava d’arribar més lluny d’una opinió individual mitjançant els aprenentatges d’una opinió col·lectiva on s’ha participat activament, aportant valor mitjançant l’argumentació i re argumentació.

Es valorarà doncs, haver participat activament al debat facilitant la interactuació i l’aportació d’idees i haver elaborat la síntesi del debat de forma individual incloent-hi un resum d’allò debatut, de les aportacions més destacades i finalment de les conclusions personals del debat.

En el resum és important doncs que l’estudiant sigui capaç de sintetitzar les conclusions a les quals el grup ha arribat en cadascun dels dos temes plantejats.

**ACTIVITAT 2 (2 punts)**

En Francesc és el propietari i a la vegada gerent d’una petita empresa familiar, de pocs menys de 10 treballadors i que es dedica a la comercialització de portes, principalment per a edificis. Durant molts anys el seu negoci ha anat molt lligat al sector de la construcció i conseqüentment a causa de la crisi, l'empresa s’ha hagut de reinventar. Ara fa poc menys d’un any van registrar a “[La oficina Española de Patentes y Marcas](http://www.oepm.es/es/index.html)” un model d’utilitat. L’invent en qüestió és el disseny d’una porta desmuntable de tres peces, fàcil de muntar i col·locar. Segons afirmar el Francesc, això els permetrà, per una banda, tenir marges comercials més grans, ja que suposadament aconseguiran reduir les despeses de logística a quasi la meitat, i per l’altra, els permetrà atraure nous clients que valorin el valor afegit d’aquestes portes. Aquestes es podran personalitzar amb infinitat de colors i dissenys i en cas que hi hagi una part de la porta malmesa solament caldrà canviar la part danyada amb el consegüent estalvi de diners que això comportarà per al propietari d’aquesta.

En Francesc sempre ha defensat el llançament d’aquest nou projecte i està convençut que aquest comportarà una nova línia de negoci i els permetrà diversificar els seus productes i a la vegada incrementar els seus ingressos i també els seus beneficis. No obstant això, ell pensa que una de les claus per explotar aquesta idea amb èxit és trobar socis que tinguin la capacitat de produir en cadena aquests tipus de portes en concret.

Per una altra banda, en Marc i l’Oriol són germans i tenen una fusteria industrial ubicada en un polígon industrial a la mateixa ciutat on en Francesc resideix. Tots tres es coneixen de fa molt temps per qüestions de feina i actualment són bons amics. És per tot plegat que en Francesc els explica el projecte i els convida a participar com a socis a parts iguals. En principi, estan d’acord en constituir una nova societat mercantil per explotar conjuntament el nou projecte empresarial, ja que en aquests moments ja disposen de quasi tots els recursos per fer-ho possible.

Actualment i després de molts mesos treballant per buscar la solució a diversos problemes tècnics d’estabilitat de la porta, finalment han aconseguit dissenyar i fabricar un prototip que els permet tenir el primer producte mínim viable. I el més important, tenen el mètode i els processos de fabricació estandarditzats i ja estan a punt per poder començar la fabricació i atendre així les diferents comandes que a hores d’ara ja tenen.

Tenint en compte la informació sobre aquest cas i segons el que hem estudiat en aquest mòdul 1, contesta i argumenta les preguntes següents.

1. Identificar en aquest cas alguns dels trets que caracteritzen a les petites empreses de nova creació. (1 punt). Extensió aproximada 20 línies.

Les característiques més rellevants de les pimes, des d’una òptica dels continguts del mòdul, són la innovació, la flexibilitat i la personalització del producte o servei.

La innovació és la manera com les pimes es poden diferenciar, com poden aportar nous productes o serveis més adaptats a les necessitats reals o que obrin noves maneres de fer coses. La innovació ha de permetre a les empreses posicionar-se per davant dels seus competidors. Per a les pimes, la innovació és una de les claus que els permet ser més competitives; desmarcant-se en un mercat força saturat de productes o serveis.

La segona característica és la flexibilitat, que se suposa superior en empreses de mida més reduïda, envers la situació de les empreses grans, amb més rigideses i estructures més grans que els fan tenir menys marge de canvis interns. Una organització més reduïda té avantatges en el procés de prendre decisions, en l’aplicació de les noves decisions o canvis, en una resposta més ràpida tant internament (amb menys capes jeràrquiques) com extern.

Per últim, es considera que gràcies a la dimensió més reduïda de les pimes (respecte a les empreses grans), aquestes poden oferir una major personalització del producte o servei, per poder adreçar-se a nínxols molt concrets de clients.

En el cas que ens esdevé, queden exposats en tant que:

Per començar, compten amb un producte innovador. De fet, han patentat un model d’utilitat per fabricar d’una manera molt concreta un tipus de porta que no existeix igual en el mercat.

D’altra banda, el fet de ser pocs treballadors, amb poca estructura, un equip petit, els ajuda a anar ràpids i ser molt flexibles. En el nostre cas, el producte sorgeix després d’una situació personal d’una de les empreses, on a partir d’una situació de crisi i observant el mercat de les portes, en detecta aquesta nova oportunitat.

Quant a la personalització del producte, en el cas exposat se’n parla clarament. De fet, s’especifica que podran fabricar portes desmuntables amb infinitat de colors i també de dissenys. Encara que en l’enunciat no es concreti, els nostres protagonistes tenen pensat comercialitzar les portes a través d’una app que permetrà configurar cadascuna de les portes en funció dels gustos dels clients.

1. Tots tres socis han decidit explotar la seva idea de negoci mitjançant la franquícia. En concret estan buscant altres fusteries industrials arreu del territori per expandir-se. Explicar i sospesar quins avantatges i desavantatges tindria aquesta opció per als nostres protagonistes i conclou si aquesta alternativa seria una opció factible o no. (1 punt). Extensió aproximada 30 línies.

Una opció per créixer replicant el teu model de negoci en altres llocs, és a través d’obrir noves sucursals. L’altra alternativa és a través de franquícies. Doncs bé, aquesta segona opció es pot considerar més ràpida i en certa manera també més segura.

L’opció d’expandir-se mitjançant la concessió de franquícies té avantatges i inconvenients, i en aquest sentit, caldrà que la resposta de l’estudiant estigui ben argumentada tot defensant les seves propostes. No obstant això, analitzant tanmateix el tarannà i l’etapa en què es troba el projecte plantejat en l’enunciat, no sembla que aquesta opció es pugui considerar una opció vàlida per fer créixer aquest negoci. Recordeu que el gran avantatge de la franquícia per part dels franquiciats recau en el fet que es tracta d’un negoci ja provat, que funciona, i que ens hauria d’ajudar a atreure nous clients. En cap cas, el projecte que ens esdevé es troba suficientment madur.

No obstant això, a continuació, detallem alguns dels avantatges i inconvenients. Des del punt de vista del Francesc i els seus socis, un gran avantatge econòmica de créixer a través de les franquícies és que no realitzaria cap inversió directa de les franquícies. L’estoc i l’equip són propietat del franquiciat. A més, com a franquiciadors rebrien uns ingressos de les franquícies. Per contra, haurem d’assumir moltes despeses, conseqüència del servei que s’ha d’oferir als franquiciats en aspectes com, formació, investigació i desenvolupament, promocions, suport administratiu, etc.

Un altre avantatge d’aquesta opció, seria que com a franquiciadors podrien estalviar en personal i despeses administratives, ja que dirigiríem les operacions des d’una oficina central. A la vegada també, els permetria negociar descomptes per volums amb els proveïdors, realitzant comandes per a tots els franquiciats al mateix temps.

Per un altre costat, el fracàs de qualsevol de les seves franquícies podria perjudicar greument a la totalitat del negoci. Tot i que sí que pots rescindir o no renovar un conveni de franquícia, no pots acomiadar al franquiciat de la mateixa manera que podries fer-ho amb un empleat comú.

Per acabar, hem de tenir en compte que de vegades la combinació de dependència i independència de les franquícies pot produir, si més no, un cas curiós. Per una banda, s’estimula al franquiciat la sensació de ser una entitat comercial independent, i en gran manera això és cert, no obstant això, s’està dirigint un negoci sota una llicència i on es paga un preu per aquest fet. El problema rau en el fet que el franquiciat pot arribar a identificar-se tant amb el negoci, que es torni reticent a pagar qualsevol royalty, pensant que l’èxit de la franquícia és gràcies, exclusivament, als seus propis mèrits i esforços.

**ACTIVITAT 3 (1 punt)**

Segons l’informe GEM Espanya 2018 -2019, juntament amb l’augment de l'índex TEA s’ha produït una petita millora en la qualitat de l’activitat emprenedora. En la mateixa direcció també es desprèn de l’informe que creixen les expectatives de generació d’ocupació i que les condicions de l'ecosistema emprenedor d'Espanya han millorat en general.

Fonamenta d'acord amb quines dades de l’informe GEM es poden sustentar les afirmacions anteriors i argumenta la teva resposta.

Extensió aproximada 40 línies.

El GEM és un observatori internacional que amb caràcter anual analitza el fenomen emprenedor. En l’informe GEM Espanya 2018, en l’apartat on es recullen els indicadors més importants de l’informe, es pot veure com la taxa d’activitat espanyola ha augmentat del 6,2 de l’any 2017 fins al 6,4 actual. No obstant això, també és cert que l’índex d’Espanya segueix estant per sota de la mitjana europea. En conclusió, tot i la desacceleració econòmica, certament es pot afirmar que aquests resultats suposen un lleuger augment dels nivells de l’activitat emprenedora en fase inicial respecte a l’any 2017.

Per mesurar la qualitat de l’activitat emprenedora hem d’analitzar aquells indicadors que ens proporcionen informació sobre aquests nous negocis. La seva capacitat per consolidar-se, créixer, internacionalitzar-se, i a la vegada ser capaços de fer-ho amb nous productes innovadors. En aquest sentit, segons els indicadors del quadre de comandaments de l’informe GEM, d’una banda, tenim que, creixen les expectatives de generació d’ocupació entre els emprenedors, (el percentatge de nous negocis de mida més gran, aquells que tenen més de 5 treballadors, augmenta del 6% fins al 9% aproximadament). De l’altra, les noves empreses en vocació internacional, que són les que haurien de poder créixer més i a la vegada generar un major impacte econòmic, segons les dades del GEM també han augmentat (l’orientació exportadora de les empreses, passa d’un 25% a un 30%). Finalment, creix el percentatge de noves empreses en sectors productius com és el ca de la indústria manufacturera. (del 17 al 19%).

Tot plegat, ens permet concloure que la qualitat de l’activitat emprenedora també ha millorat, encara que també és cert que totes aquestes xifres relacionades amb la qualitat i l’impacte de l’activitat emprenedora continuen estant per sota de les mitjanes de la Unió Europea.

Quant a les condicions de l’ecosistema emprenedor a Espanya, les variables que mesuren aquestes condicions, la major part han millorat significativament. Respecte a l’edició anterior les condicions de l’entorn que han rebut les millors valoracions han estat: l’accés a les infraestructures físiques (3,7 en 2018 vs. 3,5 en 2017), educació i formació emprenedora (3,2 en 2018 vs. 2,8 en 2017), programes governamentals (3,2 en 2018 vs. 2,9 en 2017), etc.

No obstant això, també hi ha altres indicadors que ens alerten i indiquen que encara hi ha molta feina per fer. Segons podem deduir, cal seguir treballant per aconseguir dissenyar polítiques governamentals que redueixin la burocràcia i les càrregues fiscals de les noves empreses. També s’ha de seguir fomentant la formació en emprenedoria i impulsar el desenvolupament d’instruments financers públics i privats orientats a la creació de nous projectes.

**ACTIVITAT 4 (2 punts)**

Un fenomen actualment en alça és el de la intraprenedoria. De fet, està totalment reconegut la influència d’aquesta en la transformació del teixit empresarial, contribuint a la modernització de les organitzacions i a la seva regeneració sostenible. En tot cas, aquesta transformació organitzacional, necessitarà i haurà d’aprofitar l’esperit emprenedor de les seves plantilles.

Per una altra banda, coneixedores de tot això, des de les institucions públiques s’estan promovent tota mena d’activitats per a fomentar accions d’intraprenedoria, molt especialment al País Basc, i dirigides fonamentalment a empreses industrials.

L’objectiu de tot plegat és recuperar el teixit empresarial, anterior a la crisi, i és per això que des de les administracions s’està fent un gran esforç per realitzar polítiques i mesures que promoguin noves iniciatives empresarials i consolidin les ja existents.

Analitzant la informació d’aquesta exposició i d’altra que puguis buscar per Internet respon a les preguntes següents:

Quines són les característiques principals de la intraprenedoria que la diferencien de l’emprenedoria en general? Consideres que el fet que es generi activitat emprenedora dins de l’empresa té avantatges per aquesta i per al territori on s’esdevé la seva activitat? Explica’ls. (2 punts). Extensió aproximada 25 línies.

La intraprenedoria és una iniciativa empresarial desenvolupada en el si d’una altra empresa existent per part d’alguns dels seus treballadors. Sol referir-se a noves línies de negoci, nous mercats, que de per si comporten un risc molt més elevat que el de l’activitat habitual de l’empresa. Un cop desenvolupades, aquestes iniciatives poden actuar de manera autònoma a l’empresa i també complementar la seva activitat. En la majoria de casos desenvolupen activitats i serveis que formaran part del futur de l’empresa, del seu creixement i de les seves noves línies d’activitat.

Bàsicament, és diferència de l’emprenedoria en general, perquè la intraprenedoria està desenvolupada com una branca independent de l’empresa per part d’un equip dels seus treballadors i forma part de les línies de creixement del negoci en el futur. És una activitat que, fins que no es consolida comporta més risc per a l’empresa i cal tractar-la com una unitat independent.

Efectivament, en els darrers anys ha augmentat el nombre d’empreses que fomenten l’aparició de noves iniciatives emprenedores dins de la mateixa organització com a estratègica de creixement, diversificació i adaptació. En aquest sentit i sense cap dubte, per a una gran empresa, fomentar la intraprenedoria pot comportar diferents avantatges, així com també per al territori on s’esdevé la seva activitat.

Per exemple, per a l’empresa en concret, li permet innovar d’una manera més ràpida, ja que si innovés a través de les estructures de l’empresa, aquestes tendeixen a tenir més inèrcies que dificulten la innovació, mentre que fer-ho a través de grups interns que tenen autonomia és molt més àgil. A la vegada redueix el risc, ja que no afecta l’activitat central de l’empresa i a més la innovació només es llençarà quant estigi suficientment provada

A més, aquesta activitat d’intraprenedoria, al ser més àgil i flexible que no pas englobada en l’estructura de l’empresa, pot estar més atenta als canvis de l’entorn, i per tant, buscar de manera més ràpida productes i serveis que donin resposta a les noves necessitats.

Finalment, per a l’empresa li permet desenvolupar productes/servies tot continuant centrant-se en el seu negoci principal. Tot plegat, ens permet afirmar que la intraprenedoria, ha de permetre a l’empresa innovar i d’aquesta manera garantir la supervivència d’aquesta.

Quant als beneficis per al territori, en part serien els mateixos que comportaria crear una nova empresa. Independentment que l’empresa que sorgeixi sigui fruit d’un procés d’intraprenedoria o a través d’un projecte d’autoocupació, l’aparició de noves empreses permet que es puguin cobrir les necessitats que van apareixent en un territori, especialment en l’àmbit social, mediambiental, de comunicació, etc. És més, la necessitat que hi ha de crear ocupació i en concret ocupació de qualitat, pot ser coberta a través de la creació de noves empreses innovadores amb potencial de creixement.

Tenint en compte d'una banda que el teixit productiu està format majoritàriament per petites empreses i que precisament aquestes són les que acostumen a ser més innovadores i dinàmiques, és molt important per a l'economia d'un país que sorgeixin noves empreses.

En tot cas, pels mateixos distintius de la intraprenedoria, les noves iniciatives empresarials sorgides a través d’aquests processos interns, tendeixen a ser més innovadores perquè estan basades en el coneixement.

**ACTIVITAT 5 (2 punts)**

Com heu pogut llegir en el mòdul, l’activitat emprenedora es pot manifestar de formes diferents, l’empresa familiar, la franquícia i l’empresa social en són algunes de les manifestacions.

A continuació es presenten tres casos diferents d’empreses.



<https://www.robaamiga.cat/es/>



<http://tubienestarayudaadomicilio.com/>



[www.codorniu.com](http://www.codorniu.com)

Explica en què consisteix cadascuna de les manifestacions de l’emprenedoria comentades i classifica els tres casos presentats segons cadascuna de les manifestacions de l’emprenedoria. Argumenta perquè consideres que pertanyen a un tipus o a un altre. (2 punts). Extensió aproximada 50 línies.

Una empresa social és aquella que la seva missió és la consecució d’una millora de vida de les persones o millores mediambientals per sobre de la premissa de la maximització del benefici, sense que això en cap cas signifiqui que l’empresa social no realitzi una activitat econòmica.

Solen operar en parts complicades del mercat, on altes iniciatives públiques o privades han fracassat. Moltes vegades presenten propostes innovadores o models de negoci nous. Des d’una definició àmplia d’aquest concepte, inclouen entitats que promouen la integració de diferents col·lectius i en les que l’activitat és el mitjà per tal que aquestes persones trobin una ocupació (ONG’s, centre de treball), fins a empreses on el seu servei millora la vida de les persones o la qualitat de l’entorn. També inclou aquelles empreses en les quals el model de propietat i gestió està basat en el cooperativisme i, per tant, la característica de social ja la incorporen en la seva forma jurídica (cooperatives i societats laborals). En definitiva donen resposta a un repte social, des de diferents visions. Milloren la qualitat de vida de les persones i són sostenibles per si mateixes econòmicament.

El cas de Roba Amiga és clarament una empresa social. Aquesta cobreix dos grans àmbits de millora: un primer, oferir treball, formació i hàbits laborals a persones en processos d’inserció laboral; el segon, la millora mediambiental que suposa la reutilització i el reciclatge dels productes que consumim. És important veure com a través d’una activitat econòmica, en aquest cas, la venda al detall de roba de segona mà, li permet el finançament i la sostenibilitat econòmica de l’acció social i mediambiental de l’entitat. Finalment, presenten el seu projecte des de l’àmbit d’una cooperativa formada per un consorci d’entitats.

Una empresa familiar és aquella en què la presa de decisions pertany a una família o un grup familiar. La família en té la propietat (sigui total o majoritària) i generalment n’exerceix la direcció. En el cas d’empreses que fa molts anys que estan al mercat, l’empresa ha passat de pares a fills en algunes generacions. A causa d’aquesta confluència empresa-família, moltes vegades els interessos i els objectius de la família tenen una incidència directa en l’empresa. Altres característiques d’aquestes empreses és que reinverteixen una part molt important del seu benefici en renovar i/o fer créixer l’empresa; el fundador i els seus valors són elements que estan molt presents i ajuden a la cohesió de tota l’empresa cap a la consecució de la seva missió; el tracte familiar se sol estendre per tota l’empresa, no només pel que fa als membres de la família, fet que fidelitza també al personal que no pertany a l’àmbit familiar; la identificació del nom de l’empresa amb el nom de la família fa que la qualitat sigui un dels seus objectius, fet que identifica l’empresa entre els seus clients; la formació de les noves generacions es produeix sovint dintre la mateixa empresa, fet que ajuda a cohesionar però que a vegades també dificulta l’accés per part de persones que no pertanyen a la família a càrrecs de responsabilitat.

Precisament el cas de Codorniu és un clar exemple d’empresa familiar, de fet és l’empresa familiar més antiga d’Espanya. Va començar la seva activitat comercial l’any 1659 amb el matrimoni Anna Codorniu i Miquel Raventós, matrimoni que marca l’inici de la propietat de l’empresa, dels seus actius i el poder de decisió en mans dels seus familiars. Actualment la família Codorniu-Reventós la formen més de 400 familiars directes i 117 conjugues, els quals es reuneixen cada cinc anys per realitzar la seva junta general d’accionistes.

L’empresa es gestiona principalment amb la feina de 4 familiars, així i tot, totes les branques actuals de la família són presents al Consell d’administració. Per tant, la propietat segueix en mans de la família Raventós després de 18 generacions; la família ostenta el control polític, econòmic i de gestió. Es valoren fórmules a fi que la família segueixi liderant el projecte, només poden formar part de l’empresa aquells familiars que compleixin uns requisits mínims: disposar d’un títol universitari, parlar fluidament l’anglès així com una experiència laboral en una altra companyia amb un mínim de 5 anys.

Tot i que la família reparteix dividends entre els accionistes, aquest de vegades s’han hagut de sacrificar i s’ha optat per la reinversió de beneficis per no haver de recórrer a fonts de finançament externes.

Finalment, la franquícia és un sistema de comercialització de productes i/o serveis i/o tecnologies basat en una col·laboració estreta i contínua entre empreses jurídicament i financerament diferents i independents; el franquiciador i els seus franquiciats.

Entre el franquiciador i els franquiciats hi ha un contracte que regula el model d’explotació de la franquícia, zona d’exclusivitat, condicions, royalties, rappels, drets i obligacions d’ambdues parts, durada, preu, etc.

L’empresa “Tu Bienestar” és una ensenya de franquícies de serveis d’ajut a domicili. Es tracta d’una empresa que treballa en el camp dels serveis a la gent gran. Aquesta fórmula permet al franquiciador créixer amb més rapidesa i menys inversió que si ho fes de manera tradicional a patir d’establiments propis. D’altra banda, el franquiciat gràcies a la franquícia, aconsegueix segons s’enuncia en la seva pròpia web crear el seu propi projecte d’autoocupació amb l’ajut de l’empresa “Tu Bienestar” i amb èxit provat de la idea de negoci.

El franquiciat, a canvi d’una contraprestació econòmica al franquiciador, pot utilitzar el nom comercial de “Tu Bienestar” i els mètodes tècnics del negoci. Hi ha una identitat corporativa comuna que es manifesta per l’aspecte extern del negoci; els logotips, els colors, els uniformes del personal, l’arquitectura interior i exterior, les marques comercials, etc. A més, es produeix la transmissió de coneixements “Know-how”, del franquiciador al franquiciat: formació, i experiència. En la mateixa web de l’empresa es destaca el suport permanent del franquiciador als seus franquiciats. Més específicament diu: “EnTuBiesntar ayudamos a nuestros franquiciados a tenir éxito, a desarrollar su negocio y a crecer, a ganar cuota de mercado y a sentirse satisfechos”