

Sèrie Activa

Empresa i Iniciativa Emprenedora

Eneko Martínez Goikolea

El llibre Empresa i Iniciativa Emprenedora per a Grau Mitjà de Formació Professional és una obra col·lectiva concebuda, dissenyada i creada al Departament d'Edicions Educatives de Grup Promotor / Santillana, dirigit per **Teresa Grence Ruiz** i **Pere Macià Arqué**.

Edició

José Luis Ibáñez Salas
Esfera, SL

Direcció del projecte

Mercedes Rubio Cordovés

Les activitats d'aquest llibre no s'han de fer mai en el llibre mateix. Les taules, els esquemes i els altres recursos que s'hi inclouen són models perquè l'alumne els traslladi a la seva llibreta.



Sumari

Unitat	Continguts	Projecte d'empresa
1. Iniciativa emprenedora	1. La decisió d'emprendre 7 1.1. Les raons i les pressuposicions sobre l'emprenedoria 8 1.2. La idea: potenciar iniciatives empenedores 9 2. Aspectes personals de l'emprenedor 13 2.1. La creativitat i la capacitat d'innovar 13 2.2. La responsabilitat 16 2.3. L'autoestima 17 2.4. L'aversion al risc 18 2.5. La tenacitat i l'esperit de superació 20	Guia 1. El pensament lateral 31 I Descripció de la idea 37
2. Empresa i cultura	1. Què és una empresa 43 1.1. Els objectius i les funcions de l'empresa 43 1.2. Els elements d'una empresa 47 1.3. L'entorn 48 2. La cultura empresarial 52 2.1. La missió, la visió i els valors 52 2.2. La imatge corporativa 53 3. L'organització de l'empresa 58 3.1. L'estructura organitzativa 58 3.2. Les tasques de cada àrea 59 3.3. Les relacions laborals 60	II Organització de l'empresa 66
3. Pla de màrqueting	1. El mercat 73 1.1. Què és el mercat? 73 1.2. La segmentació del mercat 75 2. L'estudi de mercat 78 2.1. Com es fa l'estudi de mercat 79 2.2. L'anàlisi DAFO 81 3. El màrqueting 83 3.1. El producte 84 3.2. El preu 88 3.3. La distribució 90 3.4. La comunicació 91	III Estudi de mercat 98 IV Pla de màrqueting 104
4. Pla d'operacions	1. La producció 109 1.1. L'àrea de producció 110 1.2. La productivitat 111 2. L'anàlisi de costos 112 2.1. Els costos i com es calculen 113 2.2. El llindar de rendibilitat 114 3. Els recursos necessaris 116 3.1. La ubicació de l'empresa 116 3.2. El proveïment i les existències 117 3.3. El pla d'inversions i de despeses generals 122	V Pla d'operacions 129

Unitat	Continguts	Projecte d'empresa
5. Constitució de l'empresa	1. La forma jurídica 139 1.1. La persona física i la persona jurídica 140 1.2. Classes d'empresa 140 2. El procés de constitució 152 2.1. El procés de presa de decisions 152 2.2. Els criteris per dur a terme l'elecció 153 3. La posada en marxa 156 3.1. Els tràmits de constitució 156 3.2. Els tràmits comuns 157	VI Constitució de l'empresa 163
6. Comptabilitat i fiscalitat	1. Nocions bàsiques de comptabilitat i de finançament 173 1.1. Els comptes comptables i el seu registre 173 1.2. L'estructura dels llibres comptables 175 1.3. Els recursos financers 177 1.4. La rendibilitat de les inversions 179 2. Els impostos per a l'empresa 181 2.1. L'impost sobre activitats econòmiques (IAE) 181 2.2. L'impost sobre el valor afegit (IVA) 181 2.3. L'impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF) 182 2.4. L'impost de societats (IS) 183 2.5. Altres impostos 184 3. El pla econòmic i financer 186 3.1. El pressupost de tresoreria 186 3.2. L'amortització de l'immobilitzat 187 3.3. El finançament a llarg termini 189 3.4. El compte de pèrdues i guanys 190	VII Pla econòmic i financer 196
7. Gestió administrativa	1. El procés de compravenda 203 1.1. Els elements i les obligacions de la compravenda 203 1.2. Les etapes del procés de compravenda 204 1.3. Els documents bàsics 204 2. El cobrament i el pagament 210 2.1. El rebut 210 2.2. El xec 211 2.3. La lletra de canvi 213 2.4. El pagaré 215	Guia 2. Com presentar el teu pla d'empresa en públic 221

Pàgina d'inici

S'exposa el contingut de la unitat i un breu text introductori en resumeix els objectius.

Text teòric central. Continguts bàsics per resoldre els aspectes pràctics. Exposició orientada als procediments, en què cada apartat està elaborat partint dels aspectes que configuren el pla d'empresa. Les unitats didàctiques responen de manera directa al contingut d'un pla d'empresa i, en concret, al de l'annex de cada unitat.

Casos pràctics
resolts. Vinculats al desenvolupament teòric, tenen com a objectiu ser un exemple pràctic resolt pas a pas. Serveixen de suport pràctic a l'explicació teòrica i d'enllaç entre la teoria i els exercicis proposats (cada un amb el seu propi títol o nom).

Activitats. Exercicis de comprensió del que s'ha estudiat. Tenen com a objectiu que el docent pugui avaluar, en cada apartat, el nivell d'aprenentatge dels alumnes.

Elements d'ampliació (al marge). El marge exterior de la pàgina s'aprofita per incloure-hi elements d'ampliació de contingut: orientacions web, consells, recordatoris i petites ampliacions de continguts.

Elements gràfics. S'utilitza una gràfica didàctica, ja que entenem que qualsevol element gràfic que s'inclouï en relació amb el text ha de ser un clar suport a l'aprenentatge (imatges, taules, esquemes, gràfics, textos destacats, captures de pantalla...).

Enllaços a altres elements del projecte. Referències dirigides als continguts que s'inclouen a l'annex/pla d'empresa de cada unitat.

Exemple: Segmentació multicriteri de les vambes ADIDAS >

Les vambes de la marca Adidas es dirigeixen a persones que practiquen menys d'exercici. Des d'un punt de vista subjectiu, podem dir que es dirigeixen a un col·lectiu de nivell econòmic mitjà i alt. Un col·lectiu variat, ja que podem parlar d'edats diferents i dels dos sexes. Des de vista subjectiva, és clar que ens trobem en un context diferent del de vida basat en el gust per les activitats esportives o a l'altre l'laure exemple té en compte diverses característiques. A la pràctica, l'ambició va més enllà de la idea de fer exercici.

Cas pràctic 1: Privalia (es.privalia.com)

Privalia (es.privalia.com) és un club privat de vendes en línia que ofereix als clients roba per a dona, per a home i per a infants, accessoris per a la llar o serveis relacionats amb els viatges.

Columbia

En primer lloc, l'empresa utilitza una **estratègia d'expansió de mercats**. Ofereix una gamma àmplia de productes (càrracs, pantalons, jaquetes, abrics, reserves d'hotels, viatges, videojocs...) a un segment determinat del mercat: persones joves habituades a comprar a través d'Internet. En segon lloc, podriem parlar també d'una **estratègia de diferenciació**, ja que ofereix serveis diferents a segments determinats del mercat. La venda de roba, per exemple, l'adapten en funció de les característiques de cada segment (sex i edat). I obren la porta a diverses marques: Sisley, Abanderado, Tuc Tuc, Martinelli.

1 Segons el tipus de comprador, a quina classe de mercat correspondria la comercialització de béns com una barra de pa o un litre de llet? Quines altres classes de mercat hi ha?

- 1 Per quins raons es porta a terme la segmentació de mercats? Per a què serveix?
- 2 La xifra de vendes de batuts de maduira a les comarques de Tarragona és de 700.000 euros. Videmsa, SA, una empresa de nàutic, ha arribat a vendre batuts de maduira per valor de 85.000 euros. Calcula la quota de mercat d'aquesta empresa.
- 3 Imagina que Renault vol fer una segmentació multicriteri per al seu estadi de mercat. Indica quins criteris tindrà tant des d'un punt de vista objectiu com des d'un punt de vista subjectiu.

1.3.2. L'entom spécifique

A diferència de l'entorn general, l'específic està compost per factors o variables que afecten tan sols les empreses d'un sector determinat.

La taula següent mostra els tres factors principals que constitueixen l'entorn específic, i alguns exemples.

FACTORS OF LENTORIN ESPECIFIC

[illegible]

Evidentment, per dur a terme la seva activitat, l'empresa també es relaciona de manera directa amb altres empreses i institucions: les entitats bancàries, per finançar-se, o les administracions públiques (ajuntament, Hisenda, Seguretat Social, etc.); i, per descomptar, amb la comunitat on està ubicada.

3.3. Les relations laborales

El fet que hagi de gestionar persones implica que inicialment hagi de definir una estratègia de selecció i contractació; és a dir, que has de tenir clar si faràs personalment les entrevistes i l'encarregaràs dels tràmits administratius i laborals necessaris per contractar el personal, o si acudiràs a serveis externs.

En el pla d'empresa cal que indiquis els aspectes bàsics que constitueixen el marc de relacions laborals en el qual es mourà l'empresa.

Altres implica combatre el conveni col·lectiu que has d'aplicar i la informació relativa a contractes de treball segons la legislació vigent.

Per descomptat, si ja has definit la teva estructura organitzativa, hauràs decidit si la part d'administració laboral (contractes, nòmines, assegurances socials, etc.) la sub-contractaràs a alguna assessoria externa o no.

Cas pratique 3: En C# définir les seules fonctions à tâches >

En Carles ha acabat els estudis de llicenciatura en Cures Auxiliars d'Infermeria i li volen contractar en una petita clínica dental de Barcelona.

Corn que es tracta d'un negoci que fa poc que ha obert, en Carles ha de desenvolupar tant les funcions de recepcionista com les d'assistència a l'odontòleg-stomatòleg.

Describeix el lloc de treball d'en Carles tot identificant les funcions i tasques del lloc de recepcionista i les d'higienda.

Soluci6

FUNCIÓ	TASKES
Recepcionista	Rebre i acomiada el pacient. Controlar el material d'antu. Atendre trucades. Donar cartes de recordatori i efectuar trucades per confirmar cites. Controlar el llibre de cites, distribuint els temps per a cada intervenció. Liurar el llibre de recepció i control de les feines.

Assistència a l'odontòleg-estomatòleg	Acomodar els pacients. Preparar els materials i emmagatzemar-los correctament. Netejar, desinfectar i esterilitzar l'instrumental. Controlar l'equipament i el mobiliari.
---------------------------------------	---

Age Group	Percentage
18-24	~10%
25-34	~35%
35-44	~25%
45-54	~20%
55-64	~15%
65-74	~10%
75-84	~5%
85+	~2%

1

UNITAT

Iniciativa emprenedora

Contingut

1. La decisió d'emprendre
 - 1.1. Les raons i les pressuposicions sobre l'emprenedoria
 - 1.2. La idea: potenciar iniciatives emprenedores
2. Aspectes personals de l'emprenedor
 - 2.1. La creativitat i la capacitat d'innovar
 - 2.2. La responsabilitat
 - 2.3. L'autoestima
 - 2.4. L'aversion al risc
 - 2.5. La tenacitat i l'esperit de superació



Projecte d'empresa:
El pensament lateral
Descripció de la idea

En aquesta Unitat veurem què és emprendre i què significa tenir esperit emprenedor. L'objectiu és que reflexionis i t'adonis de les teves qualitats, ja que durant aquest curs arribaràs a definir un **pla d'empresa**.

És cert que per començar et cal tenir **una idea** que sigui prou atractiva, però també has de seguir diversos passos per portar-la a terme i donar-hi forma. Per tant, començarem veient quines són les **capacitats i les qualitats necessàries** per engegar una idea, un projecte o un negoci.



1. La decisió d'emprendre

Definir **emprenedor** avui significa fer referència a la **iniciativa** i a la **innovació**. Es tracta d'una persona o un conjunt de persones que van més enllà de crear un negoci per obtenir beneficis. Són persones que **creen oportunitats** on hi ha amenaces o problemes. Introdueixen **una innovació que dóna lloc a una acció**: no es tracta de quedar-se simplement en la idea.

L'**emprenedor** és una persona capaç de transformar **una idea en un projecte** concret, que al seu torn genera **beneficis**, i, per fer-ho, aplica alguna mena d'**innovació**.

Observa a la figura 1.1 els conceptes que es desprenen d'aquesta definició d'*emprenedor*.

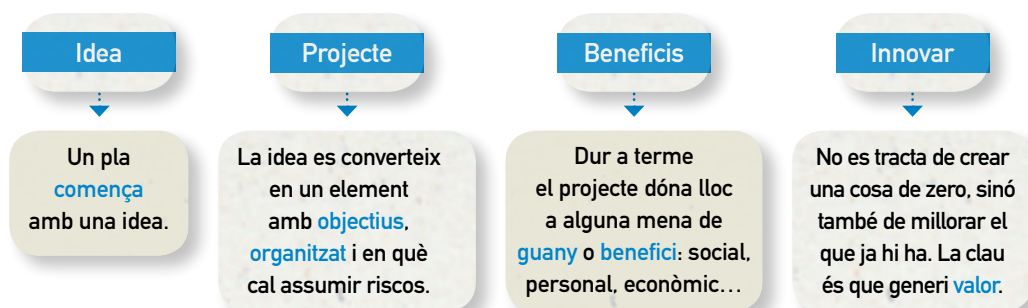


Figura 1.1. Elements que defineixen l'emprenedor.

Emprendre està lligat a fer quelcom que creï **valor**. A més, està associat amb la creació de llocs de treball. El fet d'emprendre **ajuda a la societat** i genera riquesa. De fet, és la solució per sortir de la crisi. Tingues en compte que la societat ha de crear empreses noves, idees noves o projectes nous que generin ocupació. Les iniciatives emprenedores no són tan sols una manera d'aprofitar les oportunitats que sorgeixen en la societat actual, sinó també una **oportunitat** en si mateixes.

Però, aleshores, què és el que fa que prenguem la decisió d'emprendre?

A la taula següent mostrem els **factors clau** que condicionen la decisió d'emprendre.

FACTORS QUE CONDICIONEN LA DECISIÓ D'EMPENDRE		
Personals	Socioculturals	Socioeconòmics
• La formació de què disposes. • L'experiència prèvia que acumulis en l'activitat o en el sector. • L'educació rebuda: valors que et defineixen com a persona. • La teva personalitat.	• Les ajudes i les subvencions d'organismes i institucions a què pots accedir. • La cultura empresarial del lloc on vulguis emprendre la idea, el projecte o el negoci. • L'existència de polítiques d'igualtat d'oportunitats. • El conjunt de valors socials d'iniciativa, d'esperit crític o d'aprenentatge de què disposes.	• La situació política i econòmica, i l'estabilitat d'aquesta (la desocupació, per exemple). • El sistema fiscal (impostos), que pot afavorir-te a l'hora de crear l'empresa, o no. • Els recursos de què disposes per fer realitat el teu somni. • La classe de mercat on ets. • El col·lectiu al qual es dirigeix la idea.



Tingues en compte

En parlar d'emprenadors diferenciem entre l'**intrapreneur** i l'**emprenedor**.

L'**intrapreneur** és qui innova en l'empresa sense ser-ne propietari, i l'**emprenedor** és qui genera el seu propi negoci i innova per a si mateix.

A més, **no tots els empresaris són emprenedors**.



Tingues en compte

Per **esperit d'empresa** s'entén l'habilitat per transformar idees en actes.

Creativitat

Idea

Projecte

Benefici

Innovació

Figura 1.2. La creativitat i la innovació com a base de l'emprenedoria.



Tingues en compte

«Si tots féssim les coses que som capaços de fer, realment ens sorprendríem a nosaltres mateixos».

THOMAS ALVA EDISON

Com veus, la innovació és un concepte fonamental que requereix ser creatiu.

La **creativitat** és la capacitat que tenim per generar idees, solucions o maneres d'enfocar les coses.

Per tant, la creativitat és el punt de partida per definir i dur a terme un projecte que generi beneficis. Tot un procés que està acompanyat de la capacitat per innovar, ja que la idea del negoci ha de suposar un canvi substancial, a més de ser útil i crear valor. La figura 1.2 mostra aquesta relació entre creativitat i innovació.

1.1. Les raons i les pressuposicions sobre l'emprenedoria

Deus pensar que la motivació fonamental de l'empresari és aconseguir un objectiu econòmic. I, en part, tens raó. Però, des del punt de vista de l'emprenedor, encara que hi ha moltes raons (figura 1.3), els motius que impulsen a crear una empresa o tirar endavant un projecte tenen a veure amb la **creativitat** d'una o diverses persones i amb la seva **actitud**. Una actitud que consisteix a **intentar satisfer les necessitats de la societat**.



Figura 1.3. Raons de l'emprenedoria.

Per descomptat, no t'has de deixar portar per certes pressuposicions relacionades amb el concepte d'*emprenedoria*. Observa la taula de la pàgina següent.

LES NOU PRESSUPOSICIONS SOBRE L'EMPREDORIA

Pressuposició	Explicació
Els emprenedors neixen, no es fan.	Encara que hi ha certs aspectes o trets de personalitat que vénen donats des que una persona neix, l'emprenedor es fa a través de l'acumulació d'habilitats, de coneixements i d'experiències. Pots aprendre a ser emprenedor.
Qualsevol persona pot començar un negoci.	Cert. I també el pot fer tancar. El més complicat és sobreviure, aguantar i mantenir el projecte en primera línia. Això només s'aconsegueix amb dedicació i esforç diaris. Actuant de manera tenaç i constant.
Els emprenedors són persones que no tenen por del risc.	Per descomptat. Però sempre han de ser riscos calculats. És important que valoris les situacions i analitzis tota la informació de què disposis abans d'actuar. Una vegada fet això, no t'acovardeixis mai. Tingues por del risc, no de la incertesa.
Els emprenedors només cerquen el benefici per a si mateixos.	La iniciativa emprenedora suposa formar equip. Avui una iniciativa no pot sobreviure si no es crea una organització solidària i unida que persegueixi el benefici comú. No ets tu sol.
L'emprenedor és independent, completament autònom.	En realitat, pots prendre les decisions lliurement, però necessites el suport de moltes persones i agents amb els quals has d'interactuar per dur a terme el projecte: socis, proveïdors, clients, institucions...
L'emprenedor està subjecte a una gran tensió i a l'estrès.	Liderar i dur a terme un projecte és estressant i genera una gran tensió. No obstant això, no comporta més estrès del que s'associa a altres professions.
L'emprenedor ha de ser una persona jove, plena d'energia.	L'edat no és una condició que limiti la capacitat d'emprenedoria. L'edat mitjana de l'emprenedor a Catalunya oscil·la entre els trenta-cinc i els quaranta anys. Normalment, el perfil és un home que fa uns quants anys que treballa per compte d'altri. Però també és cert que s'observa un canvi generacional i que cada vegada són persones més joves les que engeguen negocis relacionats amb les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC).
Emprendre requereix disposar de diners.	Sol passar el contrari. L'èxit d'un projecte depèn de l'entusiasme i de la implicació de les persones que hi participen. Disposar de molt capital de vegades genera un estat d'eufòria en què no es té cura de certs aspectes bàsics per portar a bon port la idea: la disciplina, o prendre decisions no deliberades a partir de les quals no s'inverteix de manera adequada. No et deixis portar, cerca solucions per evitar quedar-te en números vermells.
L'emprenedor amb talent té l'èxit assegurat al cap de dos anys.	No es poden establir terminis, ja que no hi ha regles universals. Poques vegades s'estableix sòlidament un negoci en menys de tres o quatre anys, però això depèn de molts factors. El més important és que sàpigues que la tenacitat i la persistència han de ser els aspectes que s'han de situar per davant del talent. No siguis impacient.

1.2. La idea: potenciar iniciatives emprenedores

La **primera baula de la cadena** és la idea. Tingues en compte que no ha de ser necessàriament trencadora o especialment innovadora.

La **idea** és la descripció, curta i específica, del que serà el teu projecte o negoci.

Exemple: El cas de Paper-Kit ➤

Paper-Kit.com crea models 3D per imprimir-los i aconseguir-ne un de real. Al seu web es dona accés al programari en línia que permet fins i tot recrear el cap de l'usuari. El lema és «Fes-ho tu mateix». A partir d'aquí, es poden pagar dos euros a través de PayPal per rebre el model en format PDF imprimible i així retallar les peces i construir l'objecte real amb ajuda d'un *tutorial*.



El que has de tenir ben clar des d'ara és que es pot tractar d'un concepte o un enfocament diferent del que ja existeix, o, simplement, de millorar un producte o un servei que ja es comercialitzi al mercat. Moltes vegades no es tracta d'inventar, sinó de fer real fins i tot un simple *hobby*.

Però, com et pots inspirar per tenir la idea? La figura 1.4 mostra les diferents fonts de les quals pots obtenir la inspiració que converteixi una idea en un projecte o negoci.

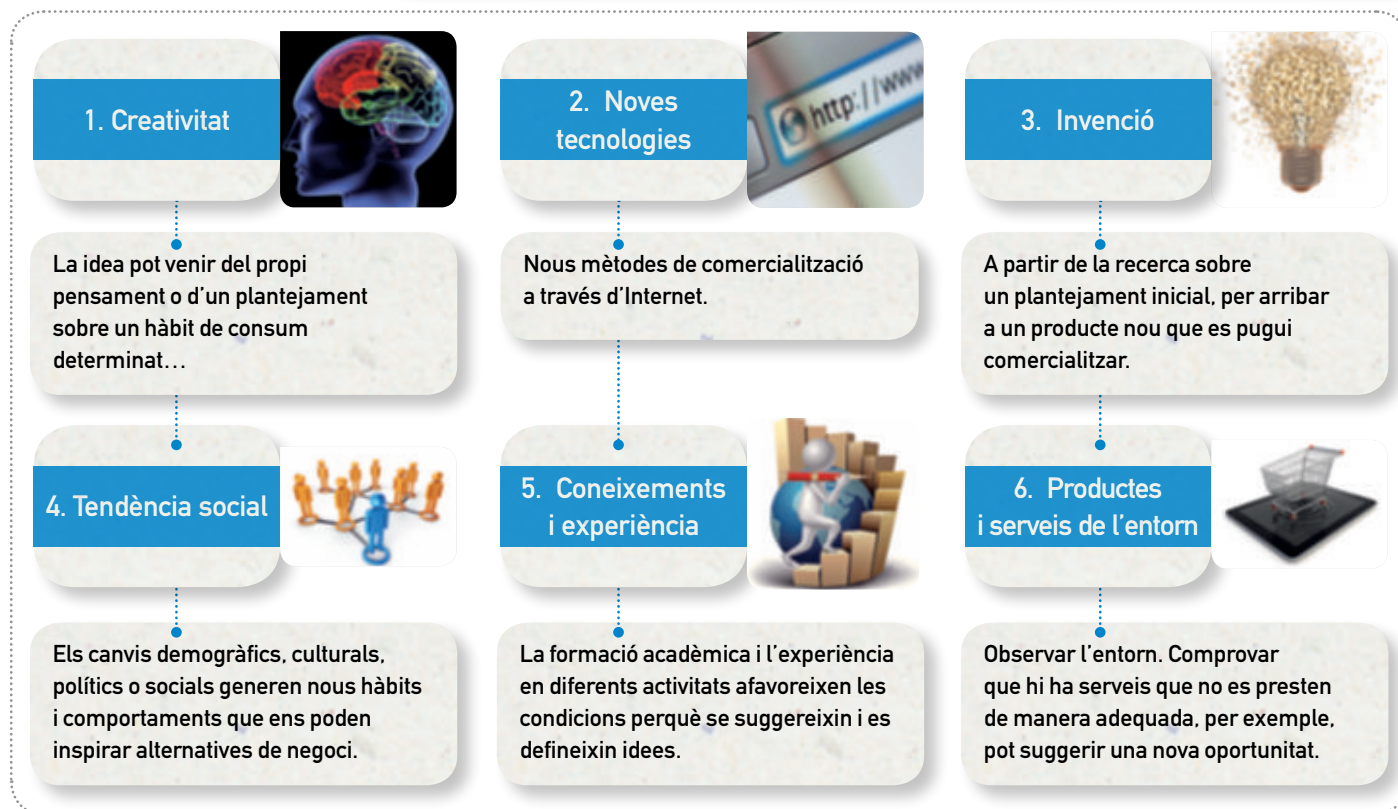


Figura 1.4. Fonts de generació d'idees.

Lògicament, un cop tens la idea, cal **actuar**. I dur-la a terme depèn tant dels recursos de què disposis com de la situació o del context adequat per desenvolupar-la. És a dir, que aquesta idea s'ha de **desenvolupar mitjançant un projecte**.



Tingues en compte

«El fracàs derrota els perdedors i inspira els guanyadors».

ROBERT T. KiyOSAKI

El **projecte empresarial** és la materialització de la idea fins al punt en el qual satisfà necessitats de les persones i genera beneficis.

Ara bé, perquè la teva idea sigui realment una idea de negoci, l'has d'analitzar en funció de tres aspectes: viabilitat tècnica (si és possible dur-la a terme), viabilitat comercial (com satisfà les necessitats i com crea valor) i viabilitat econòmica (què necessites i quins riscos comporta).



La figura 1.5 descriu cadascun d'aquests tres aspectes: les viabilitats tècnica, comercial i econòmica.

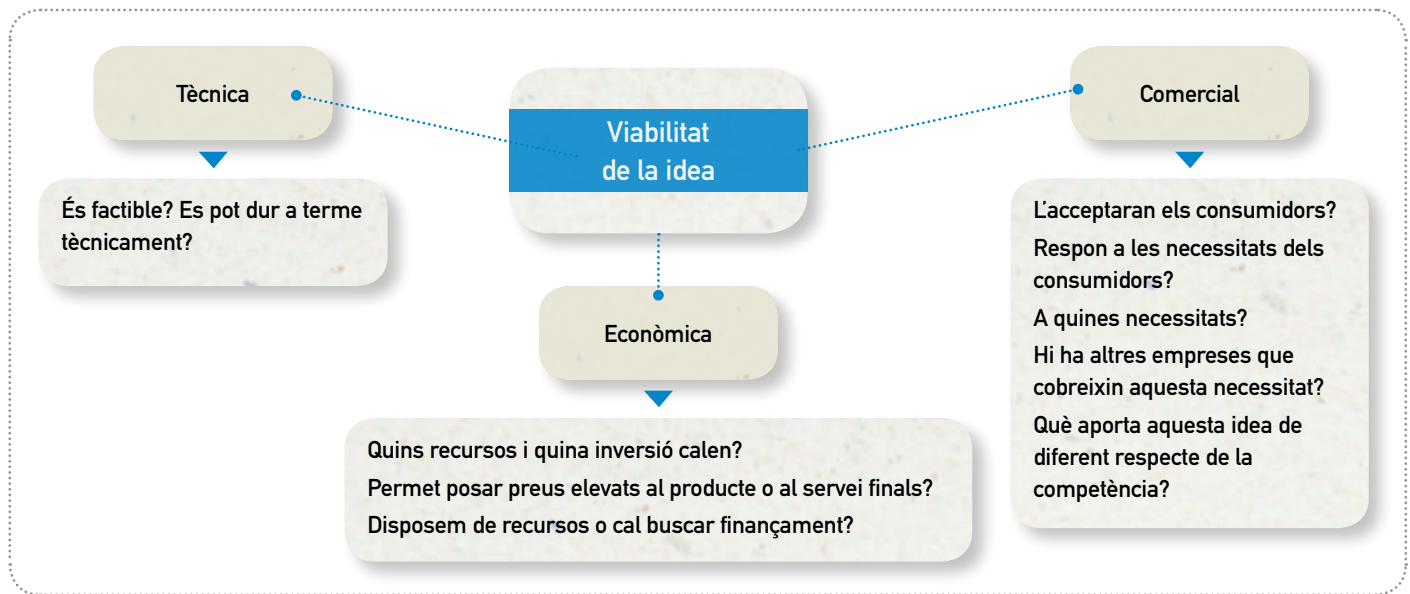


Figura 1.5. Variables per analitzar la viabilitat de la idea de negoci.

Cas pràctic 1: Anàlisi de la viabilitat de Rocky Flats Gear >

L'empresa nord-americana Rocky Flats Gear ha estat pionera en inventar una línia de roba interior metal·litzada per a aeroports. La idea va sorgir de les queixes de les persones que veien vulnerada la seva intimitat quan havien de passar per l'escàner.

Explica les tres variables que van haver d'analitzar els precursors de la idea per comprovar la viabilitat del negoci.



Solució:

L'avaluació prèvia d'aquesta idea implica saber el grau de viabilitat del projecte en tres nivells: tècnic, comercial i econòmic.

- Quant a la viabilitat tècnica, calia valorar la possibilitat de trobar un material que pogués cobrir les parts íntimes en exposar-se a controls de seguretat o a radiografies mèdiques. En aquest cas, l'empresa ho va aconseguir fabricant estampats fets d'un metall en pols: estampats amb un aliatge de tungstè i altres materials que bloquegen els raigs X però no activen els detectors de metalls.
- Des del punt de vista comercial, els consumidors han acceptat molt positivament la idea. El fet que la idea de negoci parteixi de les queixes i les reclamacions dels usuaris dels aeroports és una garantia que redueix el risc comercial. A més, l'objecte que es comercialitza és una peça que protegeix davant de radiacions indirectes, per la qual cosa també ofereix un valor de seguretat que atreu el client.
- Finalment, és important analitzar la rendibilitat; és a dir, que el benefici sigui superior al que costa produir i distribuir els productes. La inversió i el cost de fabricació necessaris per vendre aquestes peces és vital a l'hora de veure si el producte final és rendible o no.
I, per descomptat, no es poden valorar econòmicament els costos de la utilització d'un material diferent de l'habitual fins que es generalitzi la innovació i els preus i les prestacions puguin competir amb els materials existents prèviament.



Activitats

- 1 Explica amb les teves paraules què és un emprenedor.
- 2 Enumera els factors personals que condicionen la decisió d'emprendre.
- 3 Indica a quin factor clau que condiciona la decisió d'emprendre es fa referència en cadascun dels exemples següents:
 - a) El tipus d'interès en demanar un préstec per al local que ens disposem a comprar.
 - b) Una ajuda econòmica per comprar ordinadors i telèfons mòbils per a l'empresa.
 - c) El mòdul d'Empresa i Iniciativa Emprenedora.
 - d) La perspectiva de recuperació de l'economia i de fi de la crisi.
 - e) La cultura de comprar per Internet.
- 4 Omple la taula següent indicant si estàs d'acord o no amb cadascuna de les pressuposicions que hi ha sobre el concepte d'*emprenedor*, i raona la teva elecció.

Pressuposició	Sí / No	Raó
Els emprenedors neixen, no es fan.		
Qualsevol persona pot començar un negoci.		
Els emprenedors són persones que no tenen por del risc.		
Els emprenedors tan sols cerquen el benefici per a ells mateixos.		
L'emprenedor és independent, completament autònom.		
L'emprenedor està subjecte a una gran tensió i estrès.		
L'emprenedor ha de ser una persona jove, plena d'energia.		
Emprendre requereix tenir diners.		
L'emprenedor amb talent té l'èxit assegurat en dos anys.		



Tingues en compte

L'**emprenedor** se centra en el futur, vol el canvi i s'imagina que la seva idea és una oportunitat per a un negoci d'èxit.

El **gerent**, o el directiu, se centra més en la planificació, en l'ordre i en allò que es pot predir. En general, la voluntat no és canviar les coses, sinó gestionar d'una manera eficaç.

2. Aspectes personals de l'emprenedor

Els teus trets de personalitat determinen que siguis o no una persona emprenedora, però **la iniciativa per crear i emprendre un negoci es pot aprendre**. I això, precisament, és el que estem fent amb el mòdul d'Empresa i Iniciativa Emprenedora.

A la taula següent es resumeixen les **competències personals i socials** que estudiarem per afavorir el desenvolupament de la capacitat emprenedora.

COMPETÈNCIES PERSONALS I SOCIALS	
Competència	Descripció
• La creativitat i la capacitat d'innovar. • La responsabilitat. • L'autoestima. • L'aversion al risc. • La tenacitat i l'esperit de superació.	• Es tracta de l'habilitat per veure les coses des de punts de vista diferents i per aportar solucions noves o millorar les actuals. • Cal fer-ho tot amb cura i prestant atenció. • Quina valoració fas de tu mateix? • Fuges de les decisions que comporten risc o t'hi enfrontes? • Sigues ferm, pertinaç en els propòsits i a l'hora d'emprendre les idees, els projectes o els negocis.



Tingues en compte

El *Diccionari de la llengua catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans defineix el mot **creativitat** com la «capacitat de crear».

2.1. La creativitat i la capacitat d'innovar

Des del començament, hem relacionat creativitat i innovació volent transmetre que l'important no és tan sols generar una cosa nova, sinó tenir **la capacitat de veure les coses des d'un altre punt de vista**. Això significa que no és qüestió de ser més original que ningú, o de ser diferent de la resta, sinó de ser capaços de no pensar sempre el mateix o no deixar-nos guiar sempre pel mateix pensament. La creativitat ha de donar lloc a **idees que creïn valor**.

Les **idees** són llampecs, trets de sortida que ens condueixen cap a la creació de valor.

La figura 1.6 presenta les característiques fonamentals relacionades amb el **concepte de creativitat**.

Si observes bé la figura 1.6, veuràs que se'n desprenen **tres idees fonamentals**:

- **Autocensura.** De vegades no som creatius perquè nosaltres mateixos ho impedim, en creure que les nostres idees no valen o no són útils.
- **Espontaneïtat.** L'essència de la creativitat és l'espontaneïtat; és a dir, que sorgeix sense un motiu aparent. El fet d'asseure's i que sorgeixi la idea no sol funcionar.
- **Innovació.** La creativitat és innata. La portem a dins. I tu no ets diferent. En certa manera, és el que t'ha d'empènyer a fer coses diferents.

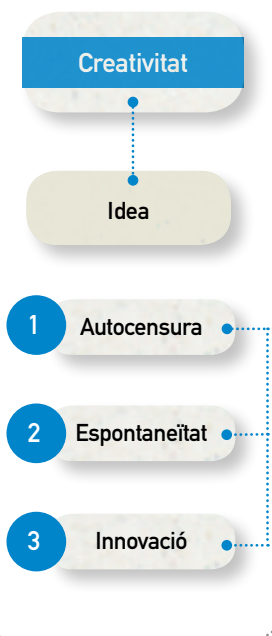


Figura 1.6. Característiques fonamentals de la creativitat.

Exemple: El cas curiós de Kodak >



Fundada el 1892 per George Eastman, Eastman Kodak Company era considerada una empresa molt innovadora. Van ser els primers a crear una pel·lícula de 16 mil·límetres, a produir càmeres d'un sol ús i a comercialitzar pel·lícules negatives de les quals es podien fer còpies a tot color. Venien gairebé el 90% de les càmeres de fotos a tot el món, i fins i tot van ser els fabricants de la primera càmera digital, el 1975.

Era un negoci rendible i amb molt bona imatge que se sabia adaptar contínuament als temps que corrien. No obstant això, la forta consolidació dels telèfons mòbils i d'Internet va suposar la seva fi.

De vegades, mantenir un negoci en marxa no consisteix només a treballar per innovar en el producte o el servei que s'ofereix, ja que això pot funcionar fins a un cert punt. En alguns casos, potser cal cercar noves idees per impulsar un model de negoci diferent del que s'havia tingut fins aleshores. Per què no diversificar, es a dir, cercar un altre camí fabricant alguna cosa diferent?

FUJIFILM

La competència directa de Kodak, Fujifilm, ho va intentar entrant en altres mercats. Avui dia, Fujifilm és una empresa que ofereix tant productes de consum (càmeres digitals, imatges en 3D i fotografia analògica) com productes professionals (sistemes mèdics, dispositius òptics, pel·lícula cinematogràfica, etc.)

2.1.1. L'autocensura

Nosaltres mateixos ens posem **barreres** en pensar que el que se'ns acaba d'ocórrer no val. I molta culpa d'això la té el fet que ens deixem portar per allò conegut, per allò que realment coneixem i que no s'escapa de la nostra realitat: el model estable.

Un **model estable** és un concepte, una imatge o un objecte el significat del qual és acceptat de manera general per la societat.

Per superar els models estables, cal predisposició a fer servir la creativitat. És llavors quan apareix la **intel·ligència lateral** o el **pensament lateral**, un terme forjat per Edward de Bono.

El pensament lateral té per objecte **crear idees**. És la part somiadora, que té a veure amb la comunicació no verbal, amb la intuïció, amb la distribució espacial o amb la imaginació. Però, compte!, les idees solen deixar de ser creatives un cop es generalitzen. En compartir-les amb altres persones, s'acaben convertint en models estables i les acabem veient com les més normals del món.

Exemple: El model estable >

Què veus en la imatge? Segurament, pots aportar moltes respostes a part de la que t'ha vingut al cap en primer lloc (que es tracta d'una lletra: el model estable).



Exemple: El Kleenex que va acabar al nas >



Durant la Primera Guerra Mundial, la paperera Kimberly-Clark treballava en el desenvolupament d'un material per a màscares antigàs (el *cellucotton*). D'aquí va sorgir un material molt similar al cotó —que escassejava en aquella època—, que es volia vendre per a ús quirúrgic. En acabar la guerra, tenien un gran estoc de *cellucotton* i els calia donar-hi sortida.

Així va sorgir la idea de les tovalloletes facials perquè les dones es desmaquilles-sin. Però la idea va fracassar. La gent utilitzava les tovalloletes per a una altra cosa: per eixugar-se els mocs. Llavors es va pensar que era un nou fracàs. Avui, en canvi, els mocadors d'un sol ús són tot un genèric, un producte d'allò més normal.

2.1.2. L'espontaneïtat

Les idees apareixen quan volen, però cal despertar-les i animar-les a sortir a la llum. El cervell té els seus propis mecanismes per ajudar a organitzar i a classificar els pensaments, i a establir prioritats. Fins i tot quan no en som conscients, continuem pensant.

L'espontaneïtat és l'impuls natural i voluntari amb el qual apareixen les idees.

El que passa és que gran part del temps el cervell està ocupat amb les qüestions que tenen més càrrega afectiva. I no som conscients d'altres idees i pensaments que s'associen contínuament en el nostre interior. Per això, conduir, passejar, dutxar-se o fer qualsevol activitat que surti de la rutina, o que repercuteixi en la **disminució dels nivells d'ansietat**, ens predisposa a un estat en què afloren més fàcilment aquests altres pensaments que continuen fent voltes en el cervell. És aleshores quan sol sorgir la gran idea.

Convé que estiguis atent. Quan sorgeix el llampec has de centrar els esforços a materialitzar aquesta idea en alguna cosa concreta; i això, en el terreny de l'empresa, suposa **transformar la idea** en un producte o en un servei que creï valor i que es converteixi en un **negoci**.

2.1.3. La innovació

La creativitat es queda en la fase de la idea. Però una idea o un projecte no crea valor per si sol. I no ens interessa el coneixement com a acumulació, sinó com a acció. El **progrés** està condicionat per l'acció; és a dir, per la **innovació**.

Innovar comporta el canvi, l'alteració de les coses, de manera que s'aportin novetats. El **progrés** fa referència a l'avenç, a l'avenç cultural i tècnic de la societat; i, per tant, a anar cap endavant en la millora de la condició humana en general.

Així, la clau és **crear noves realitats** deixant enrere els models estables a través del **canvi**. Observa la **relació entre creativitat i innovació** a la figura 1.7.



Tingues en compte

Hi ha **fórmules per treballar la creativitat**. Per exemple:

- Surt de la rutina! Canvia de llocs, de lectures, de programes de televisió.
- Planteja't de fer coses noves a la vida (feina, amistats, estudis...).
- La creativitat i l'espontaneïtat estan relacionades; per tant, debat els teus pensaments amb altres persones..
- Fes exercici físic: l'equilibri entre cos i ment és bàsic.
- Sempre hi ha un moment del dia més creatiu. Identifica quin és i aprofita'l.

Creativitat

Com es crea valor?

Producte o negoci?

Innovació

Ho puc fer realitat?

Quines competències tinc?

Aliances i col·laboracions amb altres persones

Figura 1.7. Relació entre creativitat i innovació.

Exemple: L'empresari intuïtiu: el cas d'Armand Basi >



Armand Basi va ser un dels catalans més reconeguts en el món de la moda. El 1986 va fundar la seva firma, que, actualment, es comercialitza en quinze països del món.

La seva història emprenedora s'inicia durant la postguerra, cap al 1948, en un moment en què la seva família, amb un taller de confecció, comença a distribuir peces de teixit de punt a tot Espanya.

Què en podem aprendre, d'aquest cas?

L'habilitat per als negocis requereix una gran dosi d'intuïció, com en el cas d'Armand Basi, que tenia una visió de la moda que va fer que superés períodes difícils per a la indústria de Catalunya, uns temps caracteritzats pel tancament de les fàbriques i els trasllats a altres països en desenvolupament. Fins i tot en període de crisi cal apostar per emprendre. Armand Basi va ser un visionari quan als anys 60 va adquirir la llicència per a Espanya de Lacoste, la qual cosa li va permetre a finals dels 80 llançar el seu propi segell de moda.

2.2. La responsabilitat

Quan parlem de *sentit de la responsabilitat*, ens referim a la qualitat de ser capaços de respondre per alguna cosa o per algú.

Ser **responsables** implica assumir les conseqüències de les nostres accions i de les decisions que prenem; és a dir, que responem davant de nosaltres mateixos i davant d'altres persones.

La responsabilitat és una facultat que s'adquireix amb el pas del temps. I depèn de l'**experiència** i la **maduresa** que es té com a persona. L'important és que siguis conscient de com reaccions davant el que et passa en el dia a dia, ja que la reacció és un comportament que pots triar.

Exemple: L'empresari especialista: el Grup Intercom >

Antonio González Barros és el soci fundador i l'accionista principal del Grup Intercom, amb seu a Sant Cugat del Vallès, que ha desenvolupat més de trenta negocis vinculats al món d'Internet.

Alguns dels més reeixits són InfoJobs i Softonic. Es tracta d'una persona pionera en la història d'Internet a Catalunya i a Espanya, una persona amb un perfil molt tècnic, un especialista. I una persona que, en certa manera, respon a un perfil individualista.

Què en podem aprendre, d'aquest cas?

Compte, no cal enfrontar-se als gegants en solitari. Un bon lideratge inclou coordinar i escoltar la resta de l'equip. Cal saber delegar i ajudar els companys. En l'àmbit de l'empresa, la responsabilitat implica assumir les decisions no tan sols pel que fa a nosaltres mateixos, sinó també pel que fa a les persones que ens envolten. I el teu comportament pot marcar la diferència per aconseguir l'èxit. Ser un bon tècnic o un bon especialista no significa que no necessitis ajuda o que puguis fer-ho tot tu sol.



2.3. L'autoestima

La confiança d'una persona en si mateixa és una capacitat que es pot aprendre i es pot desenvolupar. Una facultat que té molt a veure amb la **valoració que una persona fa de si mateixa**, amb com es valora.

L'**autoestima** és la percepció que una persona té de si mateixa a l'hora d'avaluar els seus pensaments, els seus sentiments i els seus comportaments.

Has de tenir en compte que el teu comportament, allò que t'empeny a actuar d'una manera o d'una altra, està determinat per la **motivació** que mostres envers les coses o envers les situacions. I aquesta motivació està delimitada pel concepte que tens de tu mateix.

Exemple: Exercici mental >

Encara que sigui impossible pensar dues coses alhora, hi ha un exercici molt simple que t'ajudarà a adonar-te que et sents millor si no et deixes portar pels pensaments negatius, com ara: no ho puc fer, no sóc capaç de fer-ho, no tinc els coneixements suficients, no tinc prou experiència, no tinc recursos per fer això, sóc incapaç de prendre una decisió, etc.

Es tracta que pensis el contrari en cada situació.

Quan t'adonis que t'estàs criticant, lloa't. O si estàs criticant una altra persona, valora-la.



Tingues en compte

Una manera de sentir-se bé i important és ajudar altres persones a tenir confiança en si mateixes. Això és el que es coneix com a **efecte pigmalión**.

Les característiques principals que fonamenten la **confiança en un mateix** són les següents:

- Sentir que som capaços de fer alguna cosa.
- Creure que tenim capacitats i actituds suficients.
- Ser conscients que disposem dels recursos necessaris.
- Tenir capacitat per expressar opinions.
- Prendre decisions.

Per tot això, per reforçar la confiança que tens en tu mateix i, així, l'autoestima, pensa que **t'has de posar a prova i que has de practicar els comportaments de la taula següent.**

Comportaments per treballar l'autoestima

- Enceta converses per expressar opinions sense cap mena de vergonya.
- Recorda les creences i els pensaments positius.
- Parla en públic.
- Visualitza estats d'ànim agradables davant d'una situació que en principi t'incomodi.
- Ajuda altres persones a sentir-se bé o a confiar en si mateixes.

Per descomptat, l'autoestima, la confiança d'una persona en si mateixa o la responsabilitat són valors que determinen la capacitat de moure's pel món i la capacitat per prendre decisions.

Prendre una decisió implica escollir entre una situació d'incertesa i una situació desitjada que pot ser coneguda, o no.

Exemple: L'empresari per necessitat: el cas de Benetton >



Luciano Benetton és un exemple real d'empresari per necessitat. Fundador d'un dels grups tèxtils més grans del món, hi va ser al capdavant fins que l'any 2012 va deixar l'empresa al seu fill Alessandro. Havia començat a treballar en una botiga de roba amb quinze anys, en morir el seu pare.

Com en el cas de Luciano, hi ha emprenedors que es veuen obligats per les circumstàncies a cercar oportunitats. Com que no estan satisfets amb la situació que viuen, emprenen rumbos nous. Això els permet identificar noves oportunitats, actuar amb

moltíssima cautela i desenvolupar la tenacitat i la constància per descobrir negocis nous. Generalment, comencen amb negocis petits i acaben creant negocis molt grans.

Què en podem aprendre, d'aquest cas?

Tria el camí. L'actitud, el pensament i les decisions determinen la capacitat per continuar endavant. L'autoestima té un paper important en aquest procés. Si creus que no ets capaç de fer una cosa, no la faràs. Luciano hauria arribat a ser un líder si no s'hagués enfrontat amb decisió a la seva situació quan era molt jove? Sovint les circumstàncies ens obliguen a triar un camí o un altre. Confia en tu mateix, perquè la clau és la perseverança. Creu en les teves possibilitats i forma't. L'esforç que facis t'ajudarà, amb el temps, a obtenir els resultats que vols.

2.4. L'avversió al risc

Hi ha persones que s'arrisquen més que d'altres a l'hora de prendre decisions. Tot depèn de la capacitat que té cada persona per assumir riscos. Una capacitat que implica saber assumir la **incertesa** que genera fer coses noves o diferents de les habituals.



Tingues en compte

Howard Stevenson, professor de Harvard, va dir: «Els emprenedors de veritat es volen adjudicar tots els guanys i que el **risc** l'assumeixin els altres».

El **risc** és la possibilitat de patir un perjudici, i, d'això, cal fugir-ne. I la **incertesa** és la manca de seguretat o de certesa respecte d'una situació o respecte de les conseqüències que comporta.

Però, com ens preparem per desenvolupar la capacitat d'assumir riscos? **Avaluant les alternatives** que tenim i les possibilitats d'èxit o de fracàs. Alternatives que identifiquem, també, en funció de si som més o menys creatius. I, per descomptat, **comparant la situació inicial amb els objectius i les metes que ens proposem**.

A la figura 1.8 resumim els **factors personals i socials** que influeixen a l'hora de prendre una decisió.

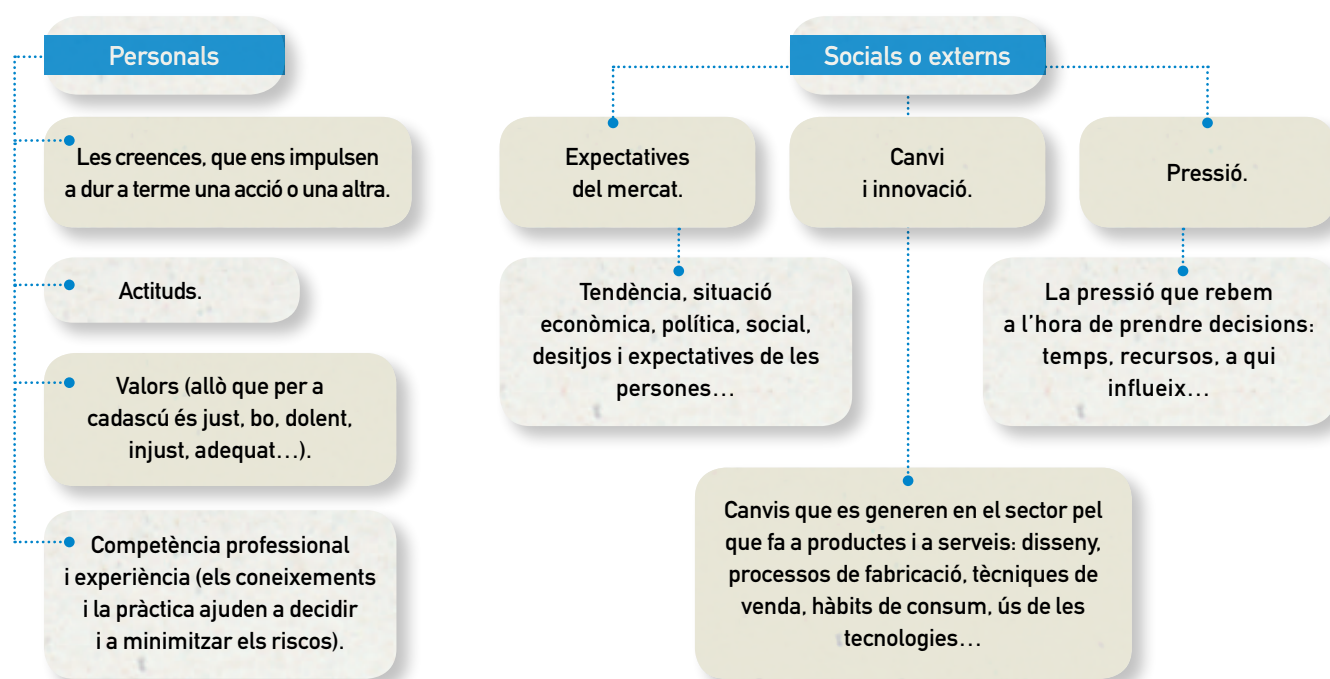


Figura 1.8. Els factors personals i socials que influeixen a l'hora de prendre decisions.

Exemple: L'empresari visionari: el cas de Virgin >



Richard Branson és un bon exemple d'emprenedor. La seva companyia, Virgin, inclou des de línies aèries i beguda de cola fins a una empresa de vestits de núvia. El seu perfil és clarament innovador. És una persona capaç d'atrevir-se a fer qualsevol cosa i d'arriscar-se sense tenir por del fracàs. De fet, més d'un cop ha tingut números vermells al compte bancari...

És un exemple clar de persona amb poca o gairebé cap aversió al risc. És capaç de fer diverses tasques alhora i de fer-les bé: promotor de vols suborbitals, aventurer o empresari discogràfic, per exemple.

Es tracta d'una mena d'emprenedor versàtil, vocacional i passional. Molt persuasiu i amb bones habilitats comunicatives. Una mena d'emprenedor que s'atreveix a moure's en qualsevol entorn.

Què en podem aprendre, d'aquest cas?

No confonguis risc i incertesa. Una cosa és que siguis capaç de vèncer la por a allò desconegut i iniciar un projecte, i una altra de ben diferent és no ser constant i passar d'una idea a una altra. Si canvies el rumb, els objectius, assegura't que tens bones raons per fer-ho. Els impulsos passionals et poden dur a situacions difícils. No tinguis por de la incertesa, però valora el risc que comporta una decisió abans d'emprendre l'acció.

Per tant, desenvolupar la capacitat d'assumir riscos té molt a veure amb la manera d'**afrontar les situacions difícils** i amb la capacitat de **prendre decisions**; és a dir, amb la confiança d'una persona en si mateixa. I tot això es relaciona amb la **creativitat** de la persona a l'hora de cercar alternatives que siguin bones, ja que així minimitza la incertesa i, en últim terme, el risc.

Aquesta taula presenta unes quantes claus per gestionar el risc de la manera més adequada.

PRINCIPIS BÀSICS PER GESTIONAR EL RISC	
Realitat	Consell
- Assumir riscos és quelcom propi de l'esperit emprenedor. - Prendre una decisió comporta donar-se temps. - Les persones del nostre entorn ens influeixen. Exerceixen pressió. - El risc és un objectiu i una meta per a la persona emprenedora. - La competència professional i l'experiència compten a l'hora d'arriscar-se.	- La clau és controlar la incertesa de cada situació. - Recull informació, avalua la situació, les alternatives i les possibles conseqüències. - Envolta't d'un bon equip. Tindràs més capacitat per enfrontar-te a les situacions i a la incertesa si treballes amb persones eficients i eficaces. - Tenir iniciativa emprenedora no significa limitar-se únicament a gestionar una empresa (ser directiu o gestor). - Com més informació tinguis sobre un tema, més preparat estaràs per valorar adequadament la situació i el context que t'envolta. És a dir, més possibilitats tens de prendre decisions encertades.

2.5. La tenacitat i l'esperit de superació

Sovint, l'èxit arriba després d'haver fracassat unes quantes vegades. **Emprendre implica voluntat**, implica dur a terme una iniciativa sense donar-se per vençut. L'entusiasme i la motivació són fonamentals per aconseguir els objectius que ens proposem, de manera que l'optimisme es converteix en l'arma principal per no decaure.

La **tenacitat** és la fermesa i la constància que es demostren en dur a terme una acció. Té a veure amb la persistència, amb la insistència i amb la perseverança.

A l'hora de **desenvolupar la perseverança** com a capacitat per mantenir l'obstinació emprenedora, has d'assumir tres aspectes que t'acompanyaran sempre: el pots observar en la figura 1.9.

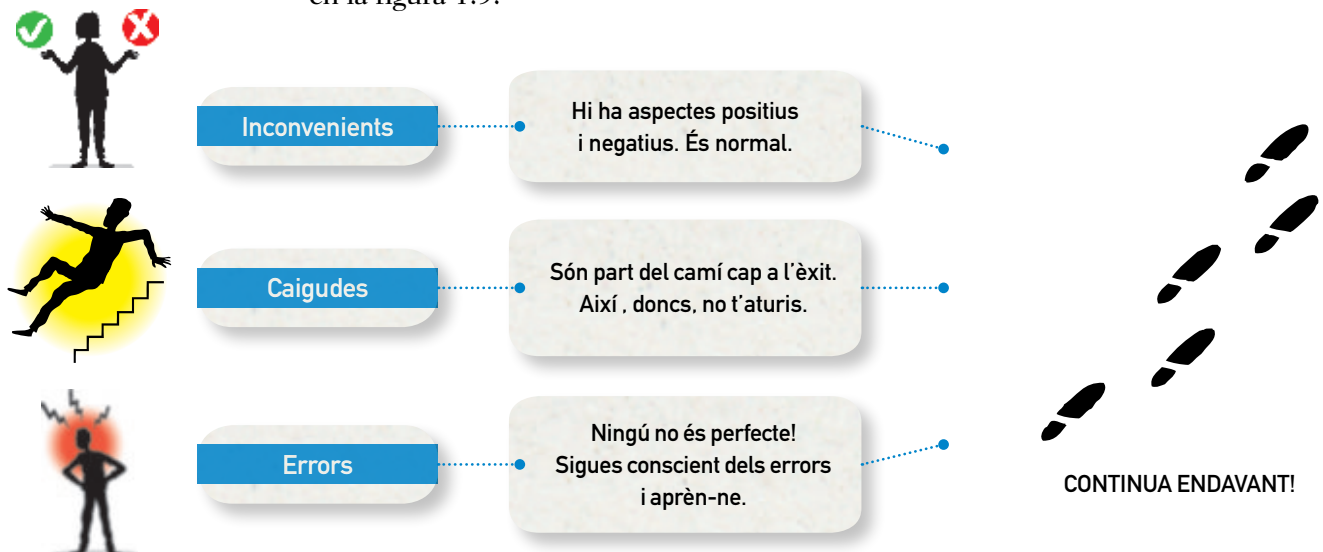


Figura 1.9. Barreres habituals en l'emprenedoria.

A més, tingues en compte que la teva **actitud** a l'hora d'afrontar un repte ve determinada per la motivació que tinguis, que, al seu torn, depèn de l'empenta que tinguis per dur a terme una activitat o una altra. Aquesta actitud ve condicionada pel grau de **tenacitat**, **persistència** i **perseverança** amb què afrontis cada situació. Observa la figura 1.10.

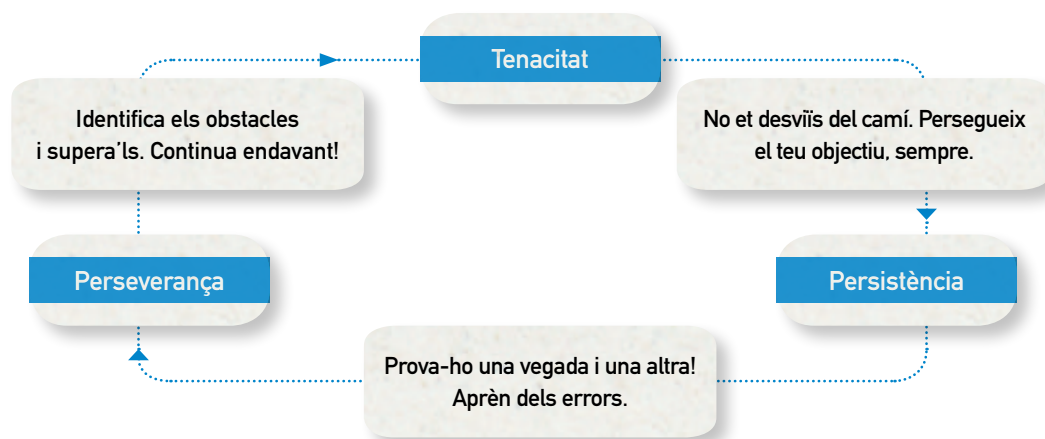


Figura 1.10. Actituds per enfrontar-se als reptes.

Així mateix, els teus pensaments i creences et limiten. De fet, el comportament i la manera com veus les coses et poden fer sentir feliç, trist, amable, capaç, incapaç o optimista. I tot això influeix en l'esperit emprenedor.

Exemple: L'empresari tenaç: el cas de Barreiros >



Eduardo Barreiros Rodríguez va ser el mecànic espanyol que va transformar els motors de benzina en motors de dièsel. Va crear el hòlding Barreiros Dièsel i es va convertir en un important fabricant de vehicles a Espanya. Va tenir èxit en la fabricació de motors industrials i de camions, però no va aconseguir triomfar en el mercat dels vehicles.

En la seva obstinació per introduir-se en el mercat de la fabricació de vehicles, Eduardo Barreiros va arribar a un acord amb Chrysler Espanya. No obstant això, el seu pla no va sortir bé. Aquesta última companyia va acabar adquirint el 100% de Barreiros Dièsel i va condemnar Eduardo Barreiros a anys d'inactivitat. Tanmateix, en la dècada dels 80 Eduardo Barreiros va tornar al món del motor amb Dièsel Motores Industrias, SA.

Què en podem aprendre, d'aquest cas?

El president nord-americà Theodore Roosevelt va dir: «Fes el que puguis, amb el que tinguis, siguis on siguis». És a dir, continua endavant. Trobaràs obstacles, però la tenacitat tard o d'hora dóna fruits. Bill Gates, per exemple, va crear un sistema operatiu que al principi molts van titllar de lent i ridícul. Deien que no arribaria a cap llar. Fins i tot la gent se'n reia. Els primers telèfons mòbils, per posar un altre exemple, eren autèntics totxos que utilitzaven molt poques persones. I avui són la base d'un dels negocis que més diners mouen. Per tant, trenca els paradigmes establerts.

Cas pràctic 2: Valorar les capacitats emprenedores >

L'Aaron està acabant el Cicle Formatiu de Pastisseria i Fleca. Ara està fent la formació en centres de treball a la pastisseria Sosoaga, on ha dissenyat i muntat expositors tipus bufet, ha experimentat amb la pastisseria i la rebosteria, i, fins i tot, s'ha encarregat de l'aprovisionament i el control de les mercaderies. En aquests moments, l'Aaron es planteja què passarà quan acabi la formació en centres de treball. És conscient que a Sosoaga no hi ha lloc per a ell, però també ha conegut el món de l'administració, la gestió i la comercialització d'un petit negoci. Per això, recordant el mòdul d'Empresa i Iniciativa Emprenedora, comença a reflexionar sobre la possibilitat d'emprendre el seu propi negoci: una pastisseria.

Per això, es planteja l'activitat de fer el test de capacitats emprenedores del projecte Empresa Jove Europea (projecte EJE) per tenir una visió global i saber quines decisions ha de prendre.

El test consisteix a valorar un seguit d'elements a partir d'una escala de l'1 al 5: 1, mai; 2, de tant en tant; 3, regularment; 4, molt sovint; 5, sempre.

Solució:

En primer lloc, l'Aaron assigna un valor a cada element del qüestionari utilitzant l'escala de l'1 al 5:

Observació i exploració	1	2	3	4	5
Escolto les idees i les opinions dels altres conscientment i atentament.				4	
M'interessa molt tot el que és nou o diferent: moda, tendències, etc.					5
Faig cursos de reciclatge sobre diferents tècniques i aptituds.		2			
Em formo la meua pròpia opinió sobre el meu treball i el meu entorn.				4	
Relativitzo tot el que veig i el que sento.			3		
Intento constatar per mi mateix si les coses que m'expliquen són exactes i completes.					
Recopilo meticulosament les dades disponibles sobre qualsevol qüestió per veure si puc obtenir-ne una utilitat personal.			3		
Creativitat	1	2	3	4	5
M'obstino a buscar una bona solució per a qualsevol problema.				4	
Analitzo acuradament les possibles solucions per a un problema.				4	
Quan escolto o observo alguna cosa nova, esbrino si puc adaptar-la i aplicar-la a la meua activitat professional.			3		
En una primera fase dono cert marge a la proposta d'idees aparentment boges.				4	
A continuació, analitzo críticament quines idees són raonables i viables des d'un punt de vista comercial.		2			
Examino si el procés de dur a terme les meves idees compleix els criteris de qualitat que m'he fixat.			3		
Finalment, segueixo avanci amb el que vull i amb el que puc fer, sense tenir en compte el que fan els altres.				4	
Presa de decisions	1	2	3	4	5
Quan he de prendre una decisió, faig un recompte de les coses més o menys importants que cal dur a terme per aconseguir el meu objectiu.			3		
Si he de prendre una decisió important, consulto les persones en les quals confio i que poden aconsellar-me.				4	
No m'importa dedicar temps i energia a recopilar i a comparar tota la informació que calgui.			3		
Quan tinc clar que una de les possibilitats és la millor, prenc la decisió al més aviat possible.			3		
Una vegada sol·licitats informació i consells per formar-me una opinió, jo mateix prenc la decisió final.				4	
Presa la decisió, faig tot el possible per dur-la a terme.				4	
Quan una de les meves decisions surt malament, ho admito i la corregeixo.				4	

Assumpció de riscos

	1	2	3	4	5
Tinc prou valentia per no deixar-me intimidar per un assumpte que comporti riscos.			3		
Sóc conscient que no puc preveure tots els riscos i que sempre hi ha un cert grau d'incertesa en el futur.			3		
Els grans riscos em motiven i fan que la meva vida sigui més interessant.				4	
Intento conèixer a fons i avaluar tots els aspectes de risc.			3		
Procuro protegir-me al màxim d'aquests riscos.				4	
Normalment, solc avaluar correctament la viabilitat d'una nova idea.		2			
Quan la possibilitat de fracàs és molt alta, i es posa en perill la meva reputació, segueixo endavant.		2			

Motivació i lideratge

	1	2	3	4	5
Tinc una idea clara del que vull aconseguir en el futur.			3		
Quan explico a altres persones les meves idees i els meus projectes, ho faig de manera clara i convincent.				4	
Si una altra persona sap més que jo d'alguna cosa, confio completament en el seu criteri.				4	
Procuro que la gent que ha de desenvolupar una activitat participi en la decisió sobre com s'ha de dur a terme.				4	5
Em concentro en les qualitats i en els punts forts dels altres en comptes dels seus defectes i les seves debilitats.				4	
Les persones amb les quals tracto obtenen de mi tot el suport que necessiten per desenvolupar la seva tasca.				4	

Comunicació

	1	2	3	4	5
Projecto en els altres prou confiança en mi mateix perquè em creguin i em prenguin seriosament.				4	
M'encantaria conèixer persones diferents.				4	
Quan la gent té interessos diferents dels meus, procuro no deixar-me influir.			3		
Si intento influir en la decisió d'una altra persona, primer provo de respondre a les seves necessitats en comptes de forçar, costi el que costi, que faci el que jo dic.			3		
Quan algú pren una decisió que no comparteixo, el tracto amb respecte.				4	
Si cometo errors en el meu tracte envers els altres, ho admito i procuro que les crítiques em serveixin de lliçó.				4	
Quan hi ha un conflicte, miro d'intervenir-hi de manera activa perquè les dues parts hi surtin guanyant.				4	

Planificació i organització

	1	2	3	4	5
Planifico les activitats detalladament.			3		
Generalment, quan planifico el temps necessari per dur a terme una activitat, l'estimació que faig és correcta.			3		
Dedico molta atenció a l'ordre i al repartiment de tasques.			3		
Procuro planificar amb temps l'horari extralaboral perquè la meva feina no se'n ressenti.		2			
Intento no sobrecarregar de feina els altres ni encomanar-los tasques impossibles.			3		
Escriu una llista prèvia amb tots els materials que necessito per afrontar cada tasca.			3		
Faig per endavant una estimació de les despeses i dels beneficis de la meva feina.		2			

Perseverança

	1	2	3	4	5
Executo la feina segons la planificació tret que sorgeixin raons de pes per modificar-la.			3		
Quan he d'acabar una tasca, ho faig encara que n'estigui fart.		2			

continua

Tinc prou resistència física i mental per acabar perfectament qualsevol tasca.		3		
Les activitats que abordo m'aporten energia i satisfacció.		2		
Respecto de manera conseqüent i disciplinada les regles que m'imposo.		3		
Procuro no exagerar les hores de dedicació a la feina per no cansar-me'n i perquè em continuï agradant.		3		
Dedico el temps lliure a activitats que em carreguen les bateries.				5

Una vegada acabat el test, l'Aaron suma el total que ha obtingut en cadascuna de les vuit categories, i reflecteix cada resultat a la columna corresponent de la taula següent. Per fer-ho, envolta amb un cercle el número que resulta de sumar cada categoria i, finalment, els uneix amb una línia.

Observació i exploració	Creativitat	Presa de decisions	Assumpció de riscos	Motivació i lideratge	Comunicació	Planificació i organització	Perseverança
35	35	35	35	35	35	35	35
34	34	34	34	34	34	34	34
33	33	33	33	33	33	33	33
32	32	32	32	32	32	32	32
31	31	31	31	31	31	31	31
30	30	30	30	30	30	30	30
29	29	29	29	29	29	29	29
28	28	28	28	28	28	28	28
27	27	27	27	27	27	27	27
26	26	26	26	26	26	26	26
25	25	25	25	25	25	25	25
24	24	24	24	24	24	24	24
23	23	23	23	23	23	23	23
22	22	22	22	22	22	22	22
21	21	21	21	21	21	21	21
20	20	20	20	20	20	20	20
19	19	19	19	19	19	19	19
18	18	18	18	18	18	18	18
17	17	17	17	17	17	17	17
16	16	16	16	16	16	16	16
15	15	15	15	15	15	15	15
14	14	14	14	14	14	14	14
13	13	13	13	13	13	13	13
12	12	12	12	12	12	12	12
11	11	11	11	11	11	11	11
10	10	10	10	10	10	10	10
9	9	9	9	9	9	9	9
8	8	8	8	8	8	8	8
7	7	7	7	7	7	7	7

En unir els resultats totals de cada categoria de capacitats amb una línia, l'Aaron observa d'una manera gràfica el seu perfil.

En teoria, els punts forts se situen a la part superior del gràfic, mentre que els punts febles ocupen la part inferior.

En el cas de l'Aaron, s'observa que el seu perfil ocupa la meitat de la taula, de manera que podem dir que se situa en la mitjana. No hi ha aspectes que destaquin significativament per dalt o per baix o, encara que sí seria convenient que reflexionés sobre les seves capacitats de planificació i organització.

Sigui com sigui, veiem que les puntuacions més baixes corresponen a les categories d'observació, aversió al risc i perseverança.

Seria convenient que l'Aaron reflexionés sobre aquestes capacitats, ja que es tracta d'aspectes clau a l'hora d'engegar un negoci.



5 Què es vol dir quan s'afirma que l'emprenedor és una persona creativa?

6 La innovació és un concepte que va lligat al de la creativitat.

Per què es diu que la clau és que la idea sigui útil?

7 «La competència professional i l'experiència no compten a l'hora d'arriscar-se, ja que assumir riscos és propi de l'esperit empenedor».

Indica si aquesta afirmació és vertadera o falsa i raona la resposta.

8 «Les persones no són recordades pel nombre de vegades que fracassen, sinó pel nombre de vegades que tenen èxit» (Thomas Alva Edison). La insistència és important per a l'emprenedor?

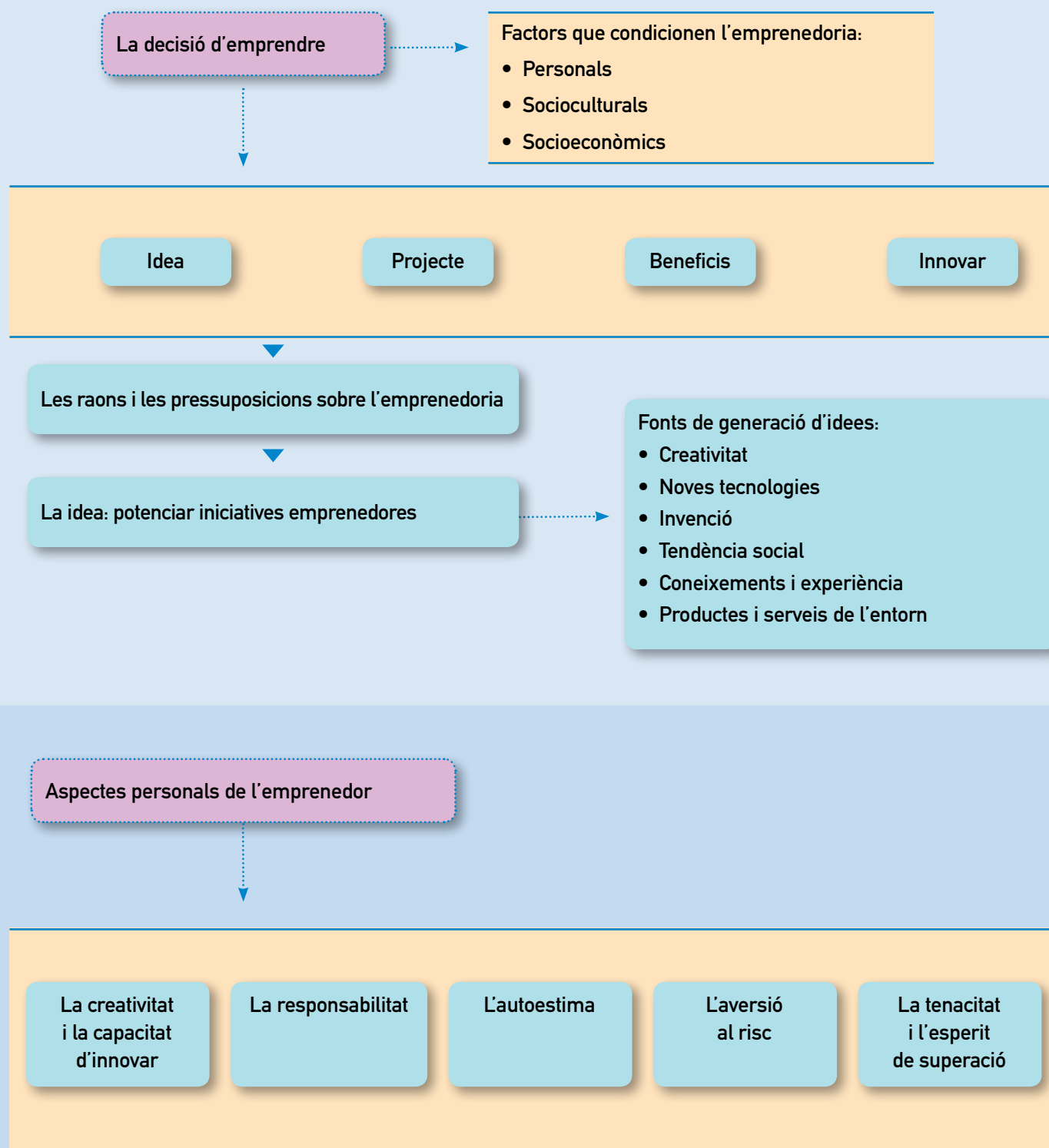
Raona la resposta explicant què entens per *tenacitat*.

9 Explica quines són les tres actituds clau per afrontar qualsevol repte.

Activitats



ESQUEMA DE LA UNITAT



ACTIVITATS DE REPÀS

1. Creus que l'emprenedoria és una opció per sortir de la crisi? Raona la resposta.
2. A la taula següent et presentem algunes situacions o contextos que condicionen la decisió d'emprendre d'en lurgi, un alumne que fa poc que ha acabat el Cicle Formatiu d'Electromecànica de Vehicles. Omple la taula indicant a quina classe de factor fa referència cada exemple, si personal, sociocultural o socioeconòmic.

Situació	Classe de factor
El títol de Tècnic en Electromecànica de Vehicles.	
Els impostos que ha de pagar com a autònom si munta el negoci.	
Les polítiques d'igualtat d'oportunitats que fomenta el Govern.	
L'experiència que té en lurgi gràcies al fet d'haver cursat la formació en centres de treball en un taller mecànic.	
El magatzem buit que tenen els pares d'en lurgi li pot servir com a instal·lació per prestar els serveis de l'empresa que està pensant a crear.	
Les ajudes que atorga l'Ajuntament per a persones menors de 30 anys que volen crear la seva pròpia empresa.	
Els estalvis que té en lurgi al banc per crear una societat limitada.	

3. La Lúdia i la Trini treballaven juntes des dels anys 80 a Vergara Editores. Quan als anys 90 l'editorial es va vendre, la Trini va sentir que estava preparada per crear el seu propi negoci. Així doncs, les dues dones, considerant l'experiència que acumulaven en el sector, van decidir crear Vergara Riba Editoras. Avui venen en 18 països de l'Amèrica Llatina i imprimeixen llibres en diferents idiomes.

Quina font de generació d'idees va donar pas a la creació de Vergara Riba Editoras?

4. En Rudolf i la Laura estan pensant a crear una empresa de venda de CD. Una de les variables per analitzar la viabilitat de la idea de negoci és la comercial. Creus que és una idea viable? Raona la resposta.
5. L'autocensura, l'espontaneïtat i la innovació són tres idees fonamentals que van lligades al concepte de *creativitat*. Explica en què consisteixen.
6. Quina diferència hi ha entre *innovació* i *progrés*?
7. Observa la frase següent: «Jo no sóc capaç de crear un negoci». Explica si la confiança en un mateix pot influir en la motivació per fer alguna cosa en la vida, i posa algun exemple de com es pot desenvolupar l'autoestima.
8. A continuació et proposem una sèrie de situacions. Classifica-les segons les dues classes de factors, personals o socials, que condicionen la decisió d'emprendre.

Situació	Classe de factor
Les creences.	
L'aparició de noves tècniques de venda mitjançant el denominat comerç electrònic.	
El temps que tenim per prendre la decisió.	
Els coneixements tècnics que aporta el cicle de formació professional.	
La pujada dels tipus d'interès.	
Els valors i les actituds de la persona.	
El canvi dels hàbits de consum de la gent.	

9. Quins són els principis bàsics per gestionar el risc?

10. Quines tres barreres cal vèncer per desenvolupar la perseverança com a capacitat per mantenir-se en l'obstinació emprenedora?

A INTERNET

1. Radiotelevisió Espanyola. RTVE.es

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/fabrica-de-ideas/fabrica-ideas-imita-ferreteria-ortiz/1590895/>



Fábrica de ideas és una sèrie de divulgació de RTVE sobre idees, emprenedors, visionaris i inventors. A la seva pàgina web pots accedir als programes difosos durant les últimes temporades d'emissió. En aquest cas, et proposem que miris el vídeo de la Ferreteria Ortiz, un exemple d'aplicació de la innovació en un negoci tradicional que té més de cinquanta anys, i responguis a les preguntes següents:

- Segons el fundador, Miguel Ortiz, com es crea el prestigi d'una empresa?
- L'aplicació de la innovació en el negoci és fonamental. Quin va ser la seva primera gran innovació cap a mitjan anys 60? Avui, Ferreteria Ortiz és present a Internet. Quan va dur a terme aquesta última innovació i què va suposar?
- Actualment, segons Miguel Ortiz, quines característiques ha de tenir un emprenedor?
- Què fa que Miguel Ortiz pensi que els seus fills estan preparats per portar el negoci?

2. Inicia. Portal de creació d'empreses de la Generalitat de Catalunya.

<http://catalunyaempren.gencat.cat/inicia/cat/>

catalunya
emprèn

La Generalitat de Catalunya posa a la teva disposició el portal Inicia per ajudar-te com a emprenedor. És una eina molt complerta que informa sobre tots els aspectes relacionats amb la creació d'empreses d'una manera clara i didàctica, i inclou un servei d'assessorament personalitzat. L'has de tenir molt en compte a l'hora de plantejar qualsevol qüestió sobre el teu projecte, també en aquesta primera fase de definició i desenvolupament de la idea de negoci.

El web es divideix en tres grans apartats: «Motivació», «Creació» i «Creixement i consolidació».

D'entrada, et proposem que accedeixis a l'apartat «Motivació», on obtindràs informació sobre aquesta primera fase de desenvolupament del teu projecte. Fes el test per avaluar el teu perfil emprenedor i també el Test IDEA, que t'ajudarà a reflexionar sobre el projecte que tens al cap abans de fer cap pas més.

3. Portal Emprendedores.

<http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/tienes-madera-de-emprendedor>

En aquest portal, tens accés al test elaborat per experts de la Universitat Autònoma de Madrid per a la Direcció General de la Petita i Mitjana Empresa. L'objectiu és avaluar les habilitats emprenedores. Posa a prova les teves habilitats i descobreix quines fortaleces i habilitats et caracteritzen a l'hora d'emprendre un negoci. Si vols, pots contrastar el resultat amb el qüestionari del test IDEA de l'activitat anterior per disposar de més informació abans de llançar-te a elaborar el teu pla d'empresa.



1 Un emprendedor és la persona:

- a) Que crea oportunitats.
- b) Capaç de transformar una idea en un projecte.
- c) Que innova.
- d) Totes les respostes anteriors són correctes.

2 Un factor sociocultural que condiciona la decisió d'emprendre és:

- a) La situació política i econòmica.
- b) La cultura empresarial del lloc.
- c) La personalitat.
- d) La formació que es té.

3 La classe de mercat a què es dirigeix el negoci és:

- a) Un factor personal.
- b) Un factor sociocultural.
- c) Un factor socioeconòmic.
- d) Un factor comercial.

4 Indica quina afirmació de les següents és correcta:

- a) L'emprenedor tem la incertesa, mai el risc.
- b) L'emprenedor és dependent.
- c) L'emprenedor ha de ser pacient i perseverant.
- d) L'emprenedor ha de disposar de diners per crear una empresa.

5 Indica quina font d'inspiració per generar idees fa referència als productes i els serveis de l'entorn:

- a) Els hàbits i comportaments de les persones.
- b) Les noves estratègies de màrqueting.
- c) Els canvis demogràfics.
- d) Cap de les respostes anteriors no és correcta.

6 La viabilitat tècnica de la idea es valora:

- a) Tenint en compte les necessitats i les expectatives dels clients potencials.
- b) Comprovant si es pot dur a terme la idea des d'un punt de vista tècnic.
- c) Observant què ofereix la competència.
- d) Tenint en compte quina inversió cal efectuar per engegar el projecte.

7 L'autocensura:

- a) És l'essència de la creativitat.
- b) És l'essència de la innovació.
- c) És una barrera que ens posem nosaltres mateixos pel que fa a les idees.
- d) És una reacció que es deu al fet que ens deixem portar per models inestables.

8 Quin concepte dels següents fa referència a l'avenç i, per tant, al canvi?

- a) La creativitat.
- b) L'espontaneïtat.
- c) La innovació.
- d) El progrés.

9 A l'hora de prendre decisions en situació de risc, un factor social o extern que ens condiciona és:

- a) El conjunt de valors de la persona.
- b) La situació actual de crisi.
- c) La competència tècnica que té la persona.
- d) L'actitud amb la qual cadascú afronta la decisió.

10 Gestionar adequadament els riscos a l'hora d'emprendre implica:

- a) Prendre decisions que no comportin incertesa.
- b) Envoltar-se d'un bon equip de treball en el qual es pugui confiar i delegar.
- c) Prendre decisions de manera passional.
- d) Totes les respostes anteriors són correctes.

11 La tenacitat:

- a) És la fermesa i la constància que es manifesta en fer alguna cosa.
- b) És l'impuls per prendre decisions tenint en compte la incertesa.
- c) És la capacitat per desenvolupar-se en el mercat al qual es dirigeix el nostre producte o servei.
- d) És el nivell de perseverança que tenim per assumir riscos.

PREPARA'T PER A L'ACCIÓ

Aquesta primera Unitat té per objecte contextualitzar la **iniciativa emprendedora**. Per tant, pretén motivar-te perquè desenvolupis la capacitat creativa, amb l'objectiu que escullis una idea de negoci. Aquesta idea l'has de materialitzar en un **pla d'empresa**.

Per això, anirem abordant cada apartat del pla en les unitats següents.

De moment, al llarg de les unitats didàctiques del llibre et presentarem un diagrama com el següent.

L'objectiu és orientar-te en els **passos clau** que has d'anar fent. És la referència inicial perquè sàpigues què has de fer en cada moment.

PAS 7

Redacta l'apartat del pla d'empresa.

Si ja tens la idea, **descriu aquest apartat** segons l'estructura de l'índex del projecte.

PAS 6

Tria, finalment, el projecte.

Aquí necessites el **vistiplau del professor o la professora d'EIE**.

PAS 5

Defineix la idea.

Escriu:

- En què consisteix l'activitat.
- En què consisteix la idea, el projecte o el negoci.
- El teu currículum i els de la resta de promotors (si treballeu en equip).
- Els objectius generals del negoci.

PAS 1

Situa't.

La part inicial del projecte consisteix a començar a pensar d'una manera «diferent».

Per tant, comença amb l'apartat dedicat al pensament lateral.

PAS 2

Recull informació.

Primer: llegeix amb atenció la «Guia per recopilar idees i analitzar-les» (apartat 1.2 de l'annex «Activitats de pensament lateral»).

Disposes de diverses fonts d'inspiració per trobar la idea. Comença cercant informació a Internet.

PAS 3

Identifica i classifica les idees.

Fes una llista d'idees de negoci que t'hagin cridat l'atenció i classifica-les (per producte, per servei, per sector, etc.).

PAS 4

Valora la viabilitat de la idea de negoci.

Fes servir els tests d'avaluació d'idees de negoci que et presentem en aquesta unitat i reflexiona sobre les **viabilitats tècnica, comercial i econòmica del projecte**.



Guia 1

El pensament lateral

Generalment, per resoldre problemes ens movem sempre en la mateixa direcció i acceptem com a òbvies qüestions que no ho són.

El pensament lateral és un mètode per generar idees creatives.

Per tant, es tracta que siguem capaços de veure-ho tot des de punts de vista diferents i de no deixar-nos portar per allò que és habitual (models estables).

Així, doncs, situa't. Gaudeix del moment i intenta treure'n el màxim profit. Això et pot ajudar...

D'aquí podria sorgir la teva idea...

Som aquí...

G1. El pensament lateral

G1.1. Activitats de pensament lateral

G1.1.1. Divideix el quadrat

G1.1.2. La vil·la romana

G1.1.3. De tornada a casa

G1.1.4. No és el que sembla

G1.1.5. Una de missatgeria

G1.1.6. No hi ha una única resposta

G1.1.7. Maleïdes matemàtiques

G1.1.8. No trobo els mitjons

G1.1.9. El tennis no és el que era

G1.1.10. El lavabo

G1.1.11. Ordena el cap

G1.1.12. Sèrie de nombres...

G1.2. Guia per recopilar idees i analitzar-les

G1.2.1. Fonts d'inspiració

G1.2.2. Tècnica bàsica per generar idees





Consell...

La **definició del problema**,
l'**enunciat**, és **clau**.

«Un problema ben
enunciat és un problema
que ja està mig resolt».

ALBERT EINSTEIN

Error comú...

Trobar una resposta
i deixar de pensar en
altres alternatives.

G1.1. Activitats de pensament lateral

Ara treballarem la **creativitat**. L'objectiu és ajudar-te a pensar «d'una manera diferent» perquè tinguis predisposició a generar idees per al teu projecte.

Per tant, tingues present que aquest apartat no forma part del projecte o del pla d'empresa que has d'elaborar. **Aquest annex serveix per ajudar-te a fer el primer gran pas: situar-te perquè generis la teva idea.**

G1.1.1. Divideix el quadrat

Series capaç de dividir aquest quadrat en quatre parts iguals però de nou maneres diferents?



No oblidis mai que **no hi ha una única solució**. I que no t'has de conformar amb la primera que et vingui al cap.

G1.1.2. La vil·la romana

Juli Cèsar i Pompeu jeuen morts a terra dins d'una vil·la. A prop d'ells hi ha un atuell de vidre tombat, fet miques. Els cossos no tenen ferides, ni marques. I no han estat enverinats. En el moment de la mort no hi havia ningú al voltant. Només hi havia un gos que rondava per allà. Com van morir?

La redacció d'un problema pot donar lloc a confusió. A més, un mateix problema pot tenir diferents solucions. Moltes vegades, l'**autobloqueig** t'impedeix actuar.

G1.1.3. De tornada a casa

En Lopito tornava a casa després d'una festa en la qual havia estat prenent copes. Li encantava la ginebra. El fet és que caminava per un camí rural desert on no hi havia llums ni brillava la lluna. A més, en Lopito anava vestit de negre.

De sobte, un automòbil que portava els llums del davant apagats se li va acostar ràpidament. En l'últim moment, el conductor va veure en Lopito i va maniobrar, i va aconseguir evitar d'atropellar-lo. Com el va poder veure?

Moltes vegades, les paraules poden induir a errors. **No et deixis portar per les suposicions.**

G1.1.4. No és el que sembla

Què hi veus, aquí?



Una imatge val més que mil paraules. Però, compte! De vegades, **les coses no són com semblen**, i els ulls ens juguen males passades. No et deixis influir per la primera impressió. És important que t'allunyis del problema per veure'l íntegrament.

G1.1.5. Una de missatgeria

El servei de transports Com un Llamp, SA té una estricta norma per als enviaments: la mida màxima dels paquets és d'un metre.

En Robert necessita enviar una flauta per correu a la seva amiga Lourdes. És una flauta antiga i valuosa, fabricada amb banús, d'una sola peça. La qüestió és que no es pot desmuntar. I, casualitats de la vida: fa 1 metre i 40 centímetres.

Ajuda en Robert a enviar la flauta respectant la norma de Com un Llamp, SA.

Mai no et deixis enganyar per les **aparences**.

Error comú...

Donar per descomptat el que no és cert.

G1.1.6. No hi ha una única resposta

Per a què serveixen aquests disquets?

No et condicionis restringint-te als límits aparents del problema que es presenta. Podries dir que, avui dia, no serveixen per a res perquè han quedat obsolets. Però també pots donar altres respostes. Genera totes les respostes possibles davant d'un problema.

No hi ha una única idea. Pregunta't: per a què serveixen?, quants n'hi ha?, de què estan fets?, n'hi ha de més colors?...

G1.1.7. Maleïdes matemàtiques

La Violeta pot tallar aquesta barra en quatre parts iguals en 16 segons. Quant trigarà a tallar-la en cinc parts iguals utilitzant la mateixa velocitat de tall?

Vés amb compte amb els càlculs ràpids, ja que les matemàtiques, de vegades, enganyen.





G1.1.8. No trobo els mitjons

Segur que t'ha passat alguna vegada el següent.

Tens tots els mitjons desaparellats i barrejats al calaix. En tens de blancs i de negres i ara no hi ha llumja que l'han tallada. Com que ets a les fosques i t'has de vestir de seguida per anar a classe d'Empresa i Iniciativa Emprenedora, com t'assegures d'obtenir dos mitjons iguals?

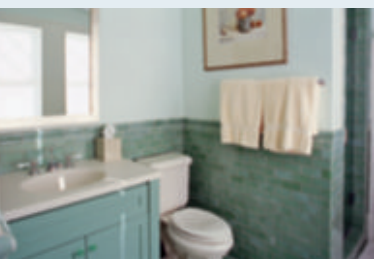
Canvia el punt de vista i trenca els límits del problema. **La resposta és més senzilla del que sembla.**



G1.1.9. El tennis no és el que era

Nadal i Federer juguen un partit de tennis al millor de cinc sets. Quan acaben, tots dos han guanyat tres sets. Com és possible?

Un cop més, **no et deixis endur per pressuposicions**. I no et deixis influir per la descripció del problema.



G1.1.10. El lavabo

Com podries evitar que el mirall del lavabo s'enteli en dutxar-te? Pensa en les teves rutines i dóna una resposta.

Les rutines, els **models estables**, estan tan arrelats en nosaltres que, moltes vegades, resulta molt difícil veure amb claredat la solució.

G1.1.11. Ordena el cap

La Sílvia parla francès i alemany. La Nekane parla suec i basc. En Roco parla castellà i francès. La Belén parla alemany i suec. Si el francès és més fàcil que l'alemany, el basc és més difícil que el suec, l'alemany és més fàcil que el suec i el castellà és més fàcil que el francès, quina persona és la que parla els idiomes més difícils?

Canvia el punt de vista i trenca els límits del problema. **La resposta és més senzilla del que sembla.**

No ho vegis com una molèstia, sinó com un problema. Identifica quines dades proporciona l'enunciat. Organitzant bé les dades des del principi, la resposta és més fàcil.

G1.1.12. Sèrie de nombres...

2, 10, 12, 16, 17, 18, 19...

Quin nombre ve a continuació en la sèrie...?

La resposta se sol trobar al davant. **No et deixis portar per les rutines**. Veure nombres no significa que calgui començar a sumar...

Error comú...

Intentar resoldre-ho a tota velocitat sense seguir passos concrets: llegir i comprendre què cal esbrinar, identificar les dades del problema apuntant-les en un paper, organitzar-les...

G1.2. Guia per recopilar idees i analitzar-les

Ara que estàs començant, **quan valoris la idea de negoci**, tingues en compte que:

- Tenim tendència a avaluar i a jutjar per endavant sense tenir en compte les dades ni la informació.
- La manca d'informació se sol substituir per l'opinió personal, per impressions subjectives i fins i tot per prejudicis.
- Generalment, la primera impressió és equivocada. Entre altres motius, perquè som més subjectius del que ens sembla.

G1.2.1. Fonts d'inspiració

Per començar, intenta dedicar temps a **observar** el que tens al voltant, a **llegir** tota mena d'informació relacionada amb temes empresarials, amb persones emprenedores, etc., i intenta **relacionar-te** amb el món de la iniciativa emprenedora, per exemple, assistint, sempre que puguis, a cursos, a conferències, a reunions, a fires i a jornades sobre aquest tema.

Recorda que has d'avaluar, de la manera més racional i lògica possible, les idees que vagis escollint; i has d'arribar, finalment, a fer una valoració mínima de la viabilitat tècnica, comercial i econòmica del projecte, seguint el que hem vist a la Unitat.

A la figura 1.4 d'aquesta Unitat t'oferim les claus per generar idees a partir de les fonts més comunes. Ara, per aprofundir una mica més en les diferents fonts d'inspiració, et proposem que consideris la llista següent:

- Persones i empreses amb les quals us relacioneu tu o els teus familiars.
- El cicle formatiu que curses i els mòduls formatius que estudies.
- Els diaris, les revistes i els informes relatius a l'activitat empresarial elaborats per institucions i organismes com ara les cambres de comerç.
- Els costums socials, la moda i els hàbits de consum dels amics i coneguts.
- Les necessitats que potser no se satisfan de manera adequada.
- La possibilitat d'oferir un producte millor a un preu més baix.
- Les teves necessitats personals i laborals.
- L'experiència d'altres empreses.
- Les oportunitats que ofereix la legislació actual.
- Les tradicions artesanals de la població on vius.

G1.2.2. Tècnica bàsica per generar idees

Recorda que la creativitat és innata i espontània. I que les idees apareixen de manera sobtada. Hi ha tècniques senzilles per treballar la generació d'idees, però això no significa que no calgui treballar-les de manera **constant i metòdica**.

El principi bàsic per generar una idea parteix de l'afirmació següent: **una idea és el resultat d'una combinació nova d'idees o d'elements ja existents o coneguts.**

Per descomptat, arribar a aquesta nova idea, o a una altra idea, que sigui combinació de les ja existents, depèn de la capacitat que tinguis per trobar relacions i associar o combinar elements. I aquesta capacitat depèn, alhora, de l'hàbit de cercar-les. Per tant, depèn també del temps que dediquis a **cercar informació.**

A continuació, et presentem **cinc etapes** per generar idees:

1. Posa't les ulleres

Primer, **recopila tota la informació possible** sobre empreses del teu entorn, sobre productes, materials, classes de clients, hàbits de consum, notícies...

Després, troba diferències entre el que has cercat i el que has trobat. Era el que esperaves? Et sorprèn alguna cosa? Intenta escriure sempre els elements que et resultin curiosos, que et cridin l'atenció o que et sorprenguin, sigui per la raó que sigui.

Si pots, fins i tot empra una pissarra o un panell per penjar-hi el que vas trobant, per tenir-ho sempre a l'abast...

2. A la rentadora!

Aquesta etapa consisteix a agafar totes les anotacions de l'etapa anterior i a «ficar-les a la rentadora»; és a dir, pensa en cada idea una vegada i una altra, torna a començar tants cops com calgui, amb una finalitat: **trobar relacions entre la informació.**

Tingues en compte que potser en aquesta fase ja apareixen idees parcials. Moltes potser són vàlides i d'altres, errònies. Detecta-les i classifica-les, per exemple, per colors. Un color per a cada categoria: «Idees boniques», «Idees absurdes», «Idees que no tenen ni cap ni peus», «Idees que suposo que costen molts diners», «Idees extremament simples»...

3. Fica-ho tot al calaix

El més habitual és que l'etapa anterior sigui esgotadora. Per tant, **ara convé descansar.** Allunya't del problema, ajorna la recerca.

Fica-ho tot, literalment, en un calaix i deixa que el subconscient treballi. Durant un temps, fes altres activitats que t'ajudin a desenvolupar la imaginació, com ara anar al cinema, escoltar música, llegir...

4. El llampec

Si has treballat bé les etapes anteriors, possiblement et sorgirà alguna idea **de manera inesperada.** És el moment de treure-ho tot del calaix i analitzar-ho...

5. La bombeta

Finalment, arribaràs a l'etapa **en la qual esculls una idea** concreta. Així, ara es tracta que avaluïs la solució i que provis d'adaptar-la a la realitat. Per tant, l'has de descriure i has d'anar-ne adaptant la definició fins que sigui pràctica; és a dir, fins que sigui factible dur-la a terme. Per descomptat, és convenient que la sotmetis a crítica: una bona manera és parlar-ne amb el teu professor o professora.





| Descripció de la idea

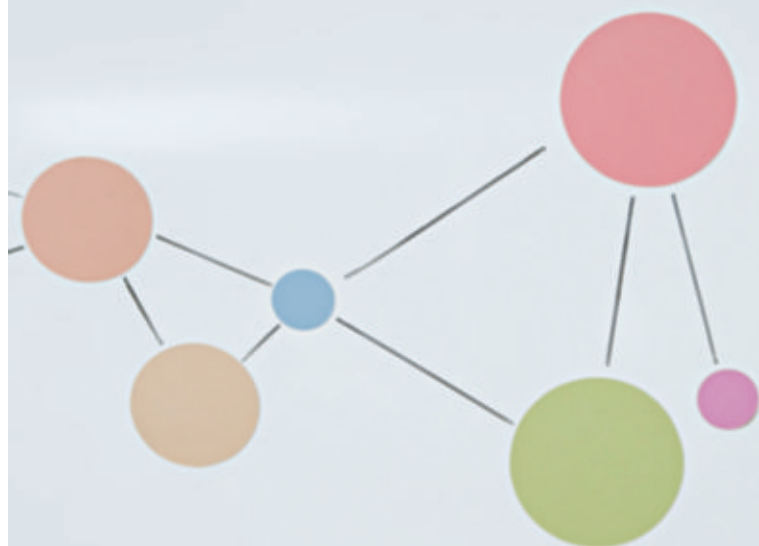
Musicall 

En aquest apartat descrivim la idea de negoci i en què consisteix l'activitat que volem desenvolupar en el pla d'empresa.

Per tant, contextualitzem l'inici del projecte, ens presentem com a promotors i oferim una visió global del projecte que volem posar en marxa.

Som aquí...

1. Descripció de la idea
 - 1.1. La descripció general del projecte
 - 1.2. La idea
 - 1.3. Els emprenedors



Recorda-ho...

Has d'explicar breument en què consisteix la **idea de negoci**.



Consell...

Encara que sigui d'una manera genèrica, és important que expressis la idea des d'un punt de vista general i que deixis constància de:

1. A què et vols dedicar.
2. Com sorgeix la idea en concret.
3. A qui es dirigeix (clients) el projecte.

1.1. La descripció general del projecte

Aquest **pla d'empresa** és la materialització de l'estudi que hem fet per valorar la viabilitat de la idea que tenim tres companys del Cicle Formatiu d'Imatge i So en relació amb el sector audiovisual. I, per tant, dóna resposta al **projecte** que cal desenvolupar en el mòdul professional d'Empresa i Iniciativa Emprenedora amb l'objectiu d'adquirir capacitats d'emprenedoria.

El nostre projecte empresarial es denomina **Musicall** i consisteix a **crear un estudi de so que prestarà serveis d'edició i enregistrament de música**.

Com a servei addicional, que suposa un valor afegit, oferim la **possibilitat d'allotjament** als clients.

Aquesta **oportunitat de negoci** en el sector serveis sorgeix com a combinació de diverses circumstàncies:

- Els tres promotors coneixem el sector perquè estem estudiant un cicle formatiu relacionat amb la idea de negoci. Això ens facilita, en certa manera, el coneixement de l'àmbit del sector audiovisual i ens proporciona l'oportunitat de cercar en el mercat una **opció d'autoocupació** relacionada amb els nostres estudis.
- El pare d'un dels promotors fa deu anys que treballa com a autònom per a productores i estudis de so, i això ens garanteix **informació addicional** de primera mà.
- La irrupció de les **noves tecnologies** afavoreix la creació d'aquesta mena de negoci, ja que abarateixen la inversió que es necessita. La digitalització i el programari lliure són aspectes que ens beneficien, ja que permeten reduir les necessitats d'inversió.
- Hi ha una tendència per part de les grans productores i dels estudis de so a contractar de manera externa empreses terceres més petites i especialitzades. I aquesta és una **veta de mercat** per a Musicall.
- Les **ajudes per al sector audiovisual** que concedeix la Generalitat de Catalunya, quant a produccions pròpies i doblatges en català, són un aspecte important que cal tenir en compte, i que ens permet fer-nos un lloc en el mercat al qual no és tan fàcil arribar en altres comunitats.
- Un 90 % de les empreses del mercat a què ens dirigim estan situades a Barcelona i el seu entorn metropolità. Pel que fa a les activitats principals d'aquestes empreses, un 60,8 % es dedica a la creació, l'edició i la producció de continguts, tant d'imatge com de so.

La cerca d'informació i la posada en comú entre els membres de l'equip van permetre descartar, entre d'altres, dues idees inicials d'una importància significativa a l'hora de valorar-les: la possibilitat de crear un videoclub en línia que oferís el servei addicional de recollir a domicili productes que posteriorment es llogarien i la del joc en línia, que es va rebutjar pels inconvenients i els requeriments legals que comporta l'activitat.

Per descomptat, tots tres estem **motivats per emprendre** un projecte que sigui fruit directe dels coneixements adquirits en el cicle formatiu que estem cursant. Això ens fa molta il·lusió, perquè és un exemple clar que podem posar en pràctica tot allò que hem après durant el temps que hem dedicat a la nostra formació tècnica.

En general, els **clients** als quals ens dirigirem són productores, estudis d'enregistrament, agències de publicitat i grups musicals.

1.2. La idea

L'estudi d'enregistrament de música amb servei d'allotjament es crearà a la província de Girona, ja que és on resideixen dos dels promotors, i no té competència directa. Concretament, s'establirà a Figueres, que es troba a uns vint quilòmetres de Girona. L'altra persona de l'equip viu a Roses, a uns vint quilòmetres de la localitat on s'establirà Musicall.

Les **característiques generals** de l'empresa es resumeixen a la taula següent:

Característiques	Descripció
Activitat	Estudi d'enregistrament de música.
Classificació de l'activitat	Activitats d'enregistrament de so i edició musical.
Forma jurídica	Societat limitada.
Localització	Carrer de les Muses, s/n 17600 Figueres (Girona).
Instal·lacions	102,24 metres quadrats.
Equips i maquinària	Equips de so, equips informàtics, equips d'àudio, programari, mobiliari d'oficina i mobiliari per al condicionament de la casa.
Personal i organització	Tres promotors.
Cartera de serveis	• Enregistrament. • Postproducció d'àudio. • Doblatge al català. • Allotjament de grups musicals.
Clients	Grups musicals, productores, estudis d'enregistrament.
Eines de promoció	Pàgina web, xarxes socials, ràdio, anuncis a la premsa i a Internet, visites comercials i contactes personals.

Musicall neix amb la missió de facilitar una manera nova i moderna de produir música que, alhora, permeti crear l'atmosfera adequada per plasmar el talent en projectes concrets. I amb una filosofia marcada per una relació de proximitat amb el client i un ambient relaxat que permeti realment treure el màxim profit de les idees.

Vol ser un referent a Catalunya en la indústria d'enregistrament de música.

Els **objectius generals del projecte** de Musicall són:

1. Fer-se un lloc en el mercat de la indústria de l'enregistrament musical.
2. Aconseguir l'equilibri econòmic que permeti cobrir despeses i salaris des del començament de l'activitat.
3. Desenvolupar projectes que aconseguixin repercussió mediàtica.
4. Compartir recursos i tècniques d'enregistrament a fi d'aconseguir produccions eficaçes i d'èxit per als clients.

1.3. Els emprenedors

Musicall estarà constituïda per **tres socis** amb formació en l'àmbit audiovisual: en David, la Rosana i en Sergi.

En **David** va estudiar el Cicle Formatiu d'Administració i Finances (de grau superior) i després va treballar durant tres anys com a auxiliar administratiu en una productora musical.

A més, ha desenvolupat treballs puntuals com a *freelance* per a diverses productores i estudis d'enregistrament. La seva implicació en el projecte és plena, ja que actualment està a l'atur i està cursant el Cicle Formatiu d'Imatge i So.

La **Rosana** i en **Sergi** estan acabant el Cicle Formatiu d'Imatge i So, i veuen en el projecte una oportunitat d'autoocupació a què dedicar-se plenament des del primer instant.

A més, la Rosana sempre ha estat relacionada, per motius familiars, amb el món de les productores i els estudis d'enregistrament, ja que el seu pare fa deu anys que treballa com a autònom en aquesta indústria. I en Sergi té experiència en l'àmbit comercial, ja que ha treballat en l'àmbit de l'atenció i la venda al públic.

En definitiva, la combinació de l'experiència, els contactes i les habilitats que tenim ens garanteix que el projecte tiri endavant, sent conscients que ens hem de continuar formant en so i imatge per especialitzar-nos i desenvolupar més les nostres competències de cara al sector i, al mateix temps, comproment-nos a fer-ho.

A continuació mostrem el currículum resumit de cada promotor:



DAVID LÓPEZ VALLS

NIF: 44.660.213 J.

Nascut el 22.01.1976 a Figueres (Girona).

Domicili al c/ de Salt, 27, 17600 Figueres.

Telèfon: 608 45 67 89.

dlopezvalls@hotmail.com

Experiència professional

Productora Digitec, SA (2008-2013). Microfonista en espais escènics.

Estudis Emi-casa, SA (2007-2008). Ajudant de muntatge de so.

Assessoria Fluvià, SL (2005-2007). Administratiu de nòmines i assegurances socials.

Formació acadèmica

Institut Salvat (2013-2015, en curs). Cicle Formatiu de Grau Mitjà de Vídeo Disc-Jockey i So.

Institut Endavant (2001-2003). Tècnic en Gestió Administrativa.

Formació complementària

- Curs d'instal·lació i muntatge d'equips de so (2010). Formadista, SA. 100 hores.
- Curs de màrqueting audiovisual (2010). Albatros, SL. 40 hores.
- Curs de control, edició i mescla de so. Centre d'estudis Llobató (2009). 60 hores.
- Curs de desenvolupament de pàgines web amb Front Page (2009). Centre d'estudis Llobató. 30 hores.

Altres coneixements

Nivell D de català (2003).



ROSANA SANABRIA NAVAS

NIF: 44.123.456 O.

Nascuda el 19.11.1990
a Figueres (Girona).

Domicili al c/ de la Creu del Fil, 3
17600 Figueres.

Telèfon: 667 65 43 21.

rosana@hotmail.com

Experiència professional

Albatros produccions, SA (2011). Comercial.

Botiga Patufet (2010-2011). Ajudant de botiguera.

Formació acadèmica

Institut Salvat (2013-2015, en curs). Cicle Formatiu de Grau Mitjà de Vídeo Disc-Jockey i So.

Altres coneixements

Nivell C de català (2003).



SERGI AGUIRRE PONS

NIF: 44.987.321 N.

Nascut el 02.03.1990 a Roses (Girona).

Domicili al c/ de la Costa del Falcó, 1.
17480 Roses.

Telèfon: 657 98 45 76.

sesia@hotmail.com

Experiència professional

Assegurances Help, SA (2010-2011). Agent comercial.

Reparacions Pladures, SA (2010). Assessor de vendes.

Tallers Mandri, SL (2010). Mosso de magatzem.

Formació acadèmica

Institut Salvat (2013-2015, en curs). Cicle Formatiu de Grau Mitjà de Vídeo Disc-Jockey i So.

Formació complementària

- Curs de presa i edició digital d'imatges. Instagram, SA (2010). 30 hores.

Altres coneixements

Informàtica: curs avançat de processador de textos (Word), full de càlcul (Excel) i Internet (2011).

