



## Pensa i reflexiona

**Andrea és una jove creativa i perseverant a la qual l'apassionen la tecnologia i la sostenibilitat. Viu en una ciutat que enfronta problemes de contaminació, de residus plàstics i en la qual hi ha una falta general de consciència sobre l'impacte ambiental. Com té formació en els cicles formatius d' Administració i Finances i Energies Renovables, decideix utilitzar les seves habilitats i els seus coneixements per buscar solucions.**

**Un dia, mentre observa la quantitat d'escombraries acumulada als parcs i als rius locals, té una idea: crear una empresa que ajudi a reduir les deixalles plàstics a través de tecnologies ecològiques innovadores. Comença un camí emocionant. En aquesta unitat vam ajudar-la a recórrer-lo per assolir l'èxit.**

- a) Què significa ser una persona amb iniciativa?**
- b) Quina és la relació entre la creativitat i la innovació?**
- c) Quins requisits ha de tenir una bona idea de negoci?**
- d) Per què és important crear un pla d'empresa, fins i tot si el negoci és petit?**

**a)** Ser una persona amb iniciativa significa ser capaç de proposar idees, avançar-se als problemes, prendre decisions sense esperar que d' altres ho facin i actuar per millorar una situació.

**b)** La creativitat consisteix a generar idees noves, i la innovació és aplicar aquestes idees per crear solucions útils. La innovació necessita de la creativitat per poder desenvolupar-se.



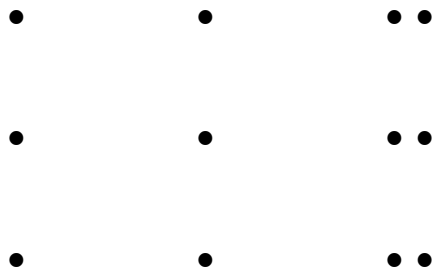
# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- c)** Una bona idea de negoci ha de resoldre una necessitat real, ser viable econòmicament, tenir un públic interessat, diferenciar-se de la competència i poder dur-se a terme amb els recursos disponibles.
- d)** És important perquè permet planificar, evitar errors, calcular costos i ingressos, analitzar el mercat, organitzar els recursos i reduir riscos. Un pla d'empresa serveix com a guia, fins i tot en negocis petits.



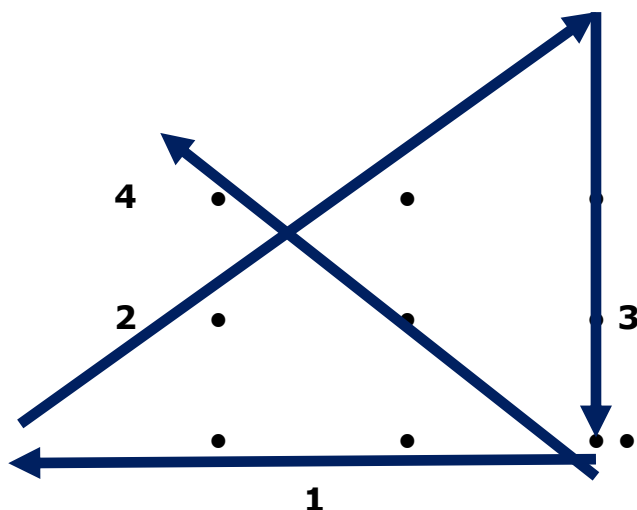
## Activitats

**1. Uneix els nou punts que es presenten amb quatre línies rectes, sense aixecar el llapis del paper.**



### Solució:

Aquesta activitat és interessant per conèixer el grau de creativitat de l'alumnat, ja que la tendència és traçar les línies dins de la disposició dels punts, i no es paren a pensar que podem unir-los sortint fora de l'àmbit dels punts.



**2. Detectarem la innovació en productes d'ús habitual**

**a) Pensa en un producte que fas servir a la teva vida diària. Pot ser una ampolla d'aigua, un raspall de dents, un llapis, etc.**



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- b) Investiga versions innovadores sobre aquest producte.**
- c) Analitza l'evolució d'aquest producte.**

## Solució:

Per exemple:

- a) Un llapis tradicional de grafit i fusta.
- b) Llapis infinits d'APLI: Aquesta nova gamma de llapis "eterns" permet escriure sense parar gràcies a la seva mina suaument abrasiva i duradora. L'innovador llapis Infinit et possibilitarà escriure fins a 16 km sense requerir esmolat , proporcionant-te així una concentració òptima durant les teves activitats d'escriptura i dibuix.

Aquest llapis no necessita maquineta i és fàcil d'esborrar amb un esborrany.

- c) La invenció del llapis, com a pròpiament tal (grafit enfundat en un embolcall de fusta), data del segle XVI de la mà de l'alemany Conrad Von Gesner l'any 1565.

Ja al segle XX, el 1915, es va inventar el portamines o ever Sharp pencil, que es caracteritzava per tenir una punta contínua, i, juntament amb el bolígraf, es van tornar els instruments per escriure per excel·lència.

Segle XXI. Llapis 'infinit'. A comparació del llapis convencional fet de carbó, el llapis infinit està compost per un aliatge de metalls entre l'estany i el bismut, que al contacte amb la fulla i la força aplicada fa una reacció química d'oxidació.

**3. Mette Lykke és una emprendedora danesa coneguda per ser cofundadora i CEO de Too Good To Go, una aplicació mòbil que lluita contra el malbaratament d'aliments. L'aplicació connecta els consumidors amb establiments com ara restaurants, supermercats i fleques que tenen aliments no venuts al final del dia i que, si no, haurien estat rebutjats. Els usuaris poden comprar aquests aliments a preus reduïts, contribuint a la reducció del malbaratament i fomentant un consum més responsable i sostenible. Mette va ser capaç d'identificar una problemàtica global, el malbaratament d'aliments, i pensar en una solució innovadora que no sols**



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

**resol aquest problema, sinó que també ofereix un benefici econòmic als usuaris. El camí cap a l'èxit no va ser fàcil. Al llarg dels primers anys, Mette va enfrontar reptes com ara el desenvolupament del model de negoci, la captació de clients i l'expansió internacional. Tot i això, la seva perseverança li va permetre superar aquests obstacles.**

**Identifica i explica les qualitats emprendedores de Mette.**

## **Solució:**

Algunes qualitats emprendedores clau de Mette Lykke inclouen:

- Visió i orientació cap a la sostenibilitat: Lykke es va adonar del gran problema que representa el malbaratament d'aliments a nivell global i, en lloc d'ignorar-lo, va decidir crear una solució que beneficiés tant els consumidors com els negocis.
- Resiliència i determinació: Com amb qualsevol projecte innovador, "Too Good To Go" va enfrontar múltiples desafiaments, des de convèncer els negocis d'unir-se a la plataforma fins a educar els consumidors. La perseverança de Lykke va ser fonamental per superar aquests obstacles i escalar la seva empresa internacionalment.
- Capacitat per inspirar i liderar equips: Sota el seu lideratge, Lykke ha aconseguit expandir "Too Good To Go" a diversos països, motivant el seu equip a compartir la seva passió per reduir el malbaratament d'aliments i promovent una cultura de treball basada en l'impacte positiu.
- Creativitat en models de negoci: Lykke ha demostrat una gran habilitat per innovar en la manera de fer negocis, desenvolupant una plataforma accessible i fàcil d'usar que no només genera beneficis, sinó que també educa la societat sobre un problema ambiental crític.

**4. L'informe GEM Espanya 2023/24 analitza la distribució mitjana de les fonts del capital de les empreses espanyoles. Els resultats es mostren al següent gràfic.**



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

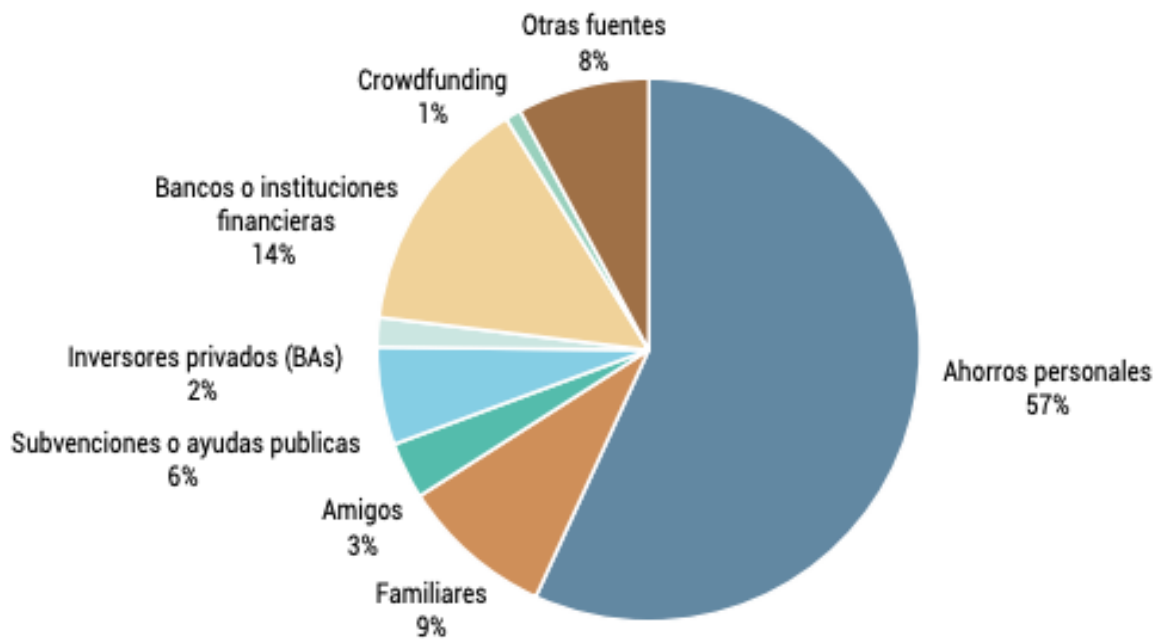


Fig. 3.5. Distribució mitjana de les fonts del capital de les empreses espanyoles.

Font: GEM-Espanya APS 2023.

**Amb aquesta informació, creus que hi ha un suport clar a la cultura emprendedora? Com podria millorar aquesta societat la cultura empresarial des del punt de vista d'accés al finançament?**

**Argumenta la teva resposta.**

De la informació que podem extreure del gràfic sobre la distribució mitjana de les fonts del capital de les empreses espanyoles, deduïm que manca un suport clar al finançament dels emprendadors/es per part del sector públic, ja que les subvencions o ajudes públiques suposen només el 6% del seu finançament. El 2023, més de la meitat del capital d'arrencada dels projectes emprendadors procedeix dels estalvis personals dels fundadors. L'altra meitat es distribueix entre els préstecs concedits per bancs i institucions financeres, un 14% el 2023, ajudes de familiars (9%), subvencions (6%) i altres fonts de finançament residual. A Espanya, ni els inversors privats (*business angels*, BAs) ni el *crowdfunding* (micromecenatge o finançament col·laboratiu) s'han consolidat encara com a fonts de finançament habituals dels projectes emprendadors.



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

La cultura emprendedora podria millorar amb una aposta clara pel finançament públic dels projectes emprendadors, a través de subvencions o ajuts públics, o qualsevol altra mesura que possibiliti l'emprendedoria. Cal destacar la importància d'aquestes mesures en programes d'emprendedoria sostenible ja que generaran grans beneficis tant econòmics, socials com mediambientals.

## 5. Investiga les empreses següents i fes una anàlisi de quina és la seva idea de negoci innovadora i quina necessitat satisfan.

- <https://www.closca.com/es>
- <https://www.timpersbrand.com/>

### Solució:

**Closca** és una empresa espanyola innovadora que ha destacat per dissenyar productes funcionals i sostenibles, alineats amb l'estil de vida urbà i responsable. L'empresa és coneguda principalment pels seus bucs de bicicleta plegables, que combinen tecnologia, disseny i seguretat. Aquests cascos estan pensats per a l'usuari urbà que busca una solució compacta i fàcil de transportar, especialment en un context on la mobilitat sostenible s'està tornant cada cop més rellevant.

**Timpers** és una marca espanyola de sabatilles que ha revolucionat el mercat amb el seu enfocament inclusiu i únic al disseny de calçat. L'innovador de Timpers radica que les seves sabatilles són dissenyades per persones amb discapacitat visual, les quals aporten una visió diferent dels detalls tàctils i visuals, convertint el procés de disseny en una cosa veritablement accessible i inclusiva. Aquest enfocament trenca amb l'esquema convencional de disseny, col·locant el sentit del tacte al centre de l'experiència del producte.

## 6. En quin apartat del pla situaries la informació següent? Com presentaries aquesta informació? Martina Zubimendi Díaz, que s'encarregarà de les compres, té el títol de tècnic en comerç, té un nivell mitjà d'anglès, el parla amb força soltesa i escriu, s'ha especialitzat en negociació de compres, ha treballat durant quinze anys al departament de logística d'una gran empresa de distribució. S'ha d'encarregar de fer les previsions de compres, negociar amb els proveïdors fer les compres.

### Solució:



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

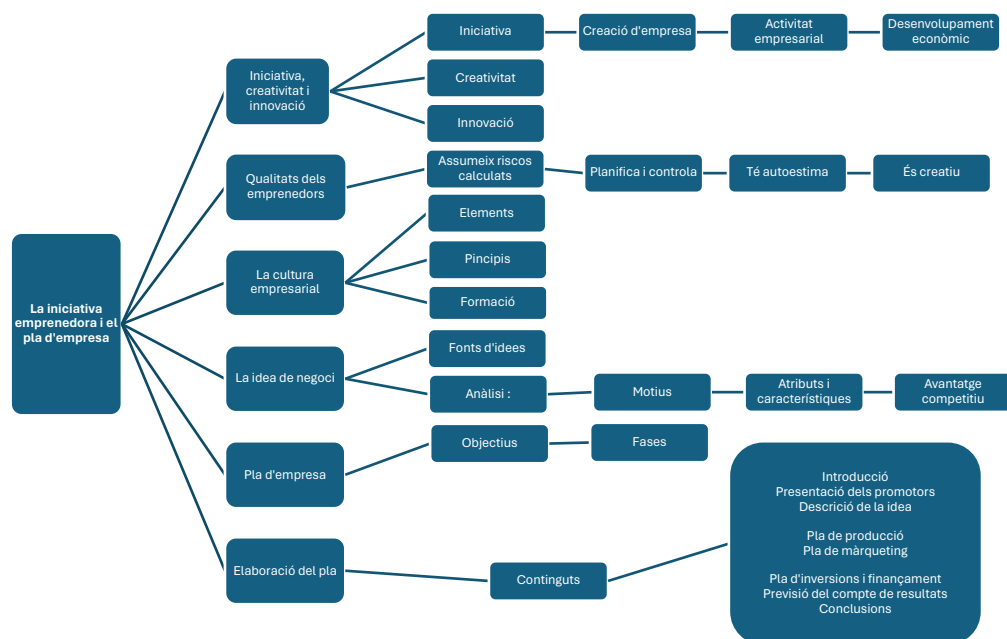
1. Se situaria a la secció d'organització i recursos humans.
2. Es pot presentar mitjançant el quadre següent:

|                                          |                                                                                                                              |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Lloc de treball</b>                   | Encarregada de compres                                                                                                       |
| <b>Funcions bàsiques</b>                 | Les funcions bàsiques a exercir és la negociació amb els proveïdors, i encarregar-se de les previsions i les compres.        |
| <b>Responsabilitat a l'empresa</b>       | De l'aprovisionament de l'empresa.                                                                                           |
| <b>Formació acadèmica oficial</b>        | Títol de Tècnic en comerç.<br><br>Nivell d'anglès a nivell mitjà, parlat i escrit.<br>Especialista en negociació de compres. |
| <b>Experiència laboral i empresarial</b> | 15 anys treballant al departament de logística d'una empresa de distribució.                                                 |

## Esquema síntesi



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa





# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

## En equip

**"Too Good To Go" ha aplicat conceptes d'emprenedoria i sostenibilitat per crear el seu negoci aconseguint així, lluitar contra el malbaratament alimentari, fomentar la creativitat i dur a terme una pràctica empresarial innovadora. Aprofundirem en l'estudi d'aquesta empresa.**

**1. Formeu grups de 3 a 5 persones i investigueu l'empresa "Too good to go" en els aspectes següents:**

**a) Idea de Negoci: Com funciona el model de negoci de "Too Good To Go"? Com es generen els ingressos i com se'n beneficia tant el client com l'establiment comercial?**

**b) Sostenibilitat i Medi Ambient: Com contribueix l'empresa a la lluita contra el malbaratament alimentari i a la sostenibilitat? Quin impacte té la vostra activitat en la reducció de deixalles?**

**c) Màrqueting Social: Com utilitza "Too Good To Go" el màrqueting per atraure els usuaris i conscienciar sobre el malbaratament alimentari? Quines tàctiques s'utilitzen per crear una comunitat activa?**

**d) Innovació a l'Emprenedoria: Analitzar com l'empresa ha innovat en el sector alimentari i en l'ús de la tecnologia. Quines lliçons es poden aprendre del seu enfocament emprendedor?**

**2. A continuació, investigueu sobre altres empreses del mateix sector o un altre que estan implementant accions sostenibles similars. Analitzeu la vostra idea de negoci, la contribució al medi ambient, les accions de màrqueting que duen a terme i el seu grau d'innovació.**

**1.**

**a) Idea de Negoci: Com funciona el model de negoci de "Too Good To Go"? Com es generen els ingressos i com se'n beneficia tant el client com l'establiment comercial?**

Too Good To Go connecta establiments que tenen excedents de menjar amb consumidors interessats a comprar aquests productes a un preu reduït, evitant així el malbaratament d'aliments.



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- **Usuaris (clients):** Descarreguen l'aplicació, busquen establiments propers amb excedents de menjar, i compren una Magic Box (caixa sorpresa) a preu reduït.
- **Establiments:** Restaurants, fleques, supermercats, entre d'altres, llisten els seus excedents en l'aplicació per vendre'ls abans que es desaprofitin.
- **App:** Actua com a intermediària, facilitant la connexió entre establiments i usuaris, gestionant les comandes i pagaments.

## b) Sostenibilitat i Medi Ambient: Com contribueix l'empresa a la lluita contra el malbaratament alimentari i a la sostenibilitat? Quin impacte té la vostra activitat en la reducció de deixalles?

Too Good To Go té com a propòsit principal combatre el malbaratament d'aliments, un dels majors desafiaments globals en matèria de sostenibilitat. El seu impacte es reflecteix en diversos aspectes:

- **Reducció d'excedents de menjar:** Facilita la revaloració d'aliments que, altrament, serien rebutjats, connectant comerços amb consumidors interessats a aprofitar aquests productes.
- **Contribució a l'economia circular:** Transforma aliments excedents en valor econòmic, social i ambiental, promovent l'ús eficient de recursos.
- **Educació i sensibilització:** L'empresa també impulsa campanyes per educar consumidors, comerços i governs sobre la importància de reduir el malbaratament alimentari, com la campanya "Etiqueta Data de Confusió" per aclarir la diferència entre dates de consum preferent i de caducitat.
- **Aliances globals:** Treballa en col·laboració amb organitzacions, governs i comunitats per desenvolupar polítiques i estratègies sostenibles.

## c) Màrqueting Social: Com utilitza "Too Good To Go" el màrqueting per atraure els usuaris i conscienciar sobre el malbaratament alimentari? Quines tàctiques s'utilitzen per crear una comunitat activa?

Too Good To Go empra estratègies de **màrqueting social** per combinar la promoció de la seva aplicació amb la conscienciació sobre el problema global del malbaratament alimentari. Aquestes són algunes tàctiques clau:



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- **Missatges orientats al propòsit:** Comuniquen la seva missió de combatre el malbaratament alimentari com una crida a l'acció social, connectant emocionalment amb els usuaris que comparteixen els seus valors de sostenibilitat i responsabilitat ambiental.
- **Campanyes educatives:** Utilitzen contingut en xarxes socials, blocs i vídeos per informar sobre l'impacte del malbaratament alimentari al medi ambient i el canvi climàtic, transformant els usuaris en agents de canvi.
- **Estratègies de gamificació:** Promouen l'ús de la seva aplicació com una manera divertida i gratificant de salvar aliments, cosa que fomenta l'engagement i reforça l'experiència de l'usuari.
- **Transparència:** Comparteixen dades i èxits, com quants àpats han salvat i el seu impacte ambiental, per generar confiança i motivar més persones a unir-se.

## **d) Innovació a l'Emprenedoria: Analitzar com l'empresa ha innovat en el sector alimentari i en l'ús de la tecnologia. Quines lliçons es poden aprendre del seu enfocament emprendedor?**

Too Good To Go ha revolucionat el sector alimentari en abordar el problema del malbaratament d'aliments, que representa un desafiament global. Demostra que la innovació no sempre implica crear una cosa completament nova, sinó trobar maneres d'optimitzar processos, millorar l'ús de recursos existents i resoldre problemes socials rellevants. Aquest cas ensenya la importància de combinar tecnologia, sostenibilitat i creativitat a l'emprenedoria per aconseguir un impacte positiu i rendible.

## **2. A continuació, investigueu sobre altres empreses del mateix sector o un altre, que estiguin implementant accions sostenibles similars. Analitzeu la vostra idea de negoci, la contribució al medi ambient, les accions de màrqueting que duen a terme i el seu grau d'innovació.**

Resposta oberta.



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

## Test de repàs

1-c, 2-b, 3-a, 4-c, 5-b, 6-c, 7-c, 8-b, 9-b, 10-c, 11-b, 12-a, 13-b, 14-b



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

## Comprova el teu aprenentatge

### Valorar la importància de la iniciativa individual

#### 1. Explica com pot influir la iniciativa en el desenvolupament econòmic d'una societat.

##### Solució:

A partir d'una persona que tingui una iniciativa de crear una empresa, obtingui els recursos suficients i la creï, posteriorment desenvolupi la seva activitat empresarial, i amb això pot arribar al desenvolupament econòmic.

**2. La Laia, una treballadora en una empresa de tecnologia, s'adona que l'empresa està perdent clients a causa de la manca d'un enfocament personalitzat al servei postvenda. Fixa't que molts clients necessiten ajuda addicional per comprendre i utilitzar correctament el producte després de la compra. Encara que l'empresa té un departament d'atenció al client, no s'ha establert un protocol de seguiment per ajudar els usuaris nous una vegada que adquireixen el producte. La Laia elabora una proposta que descriu la nova estratègia de seguiment postvenda, detallant els beneficis per a l'empresa, com ara l'augment de la retenció de clients i la millora de la satisfacció. Presenta la idea al supervisor, destacant com aquesta iniciativa pot reduir les queixes dels clients, fidelitzar la clientela. A més, Amb el vistiplau de la direcció, la Laia lidera una prova pilot, treballant amb un petit equip d'atenció al client per realitzar els seguiments postvenda i recopilar feedback directe dels clients. Després d'uns mesos, l'empresa observa una millora en la satisfacció del client i una reducció del nombre de consultes tècniques que resultaven de la manca d'enteniment del producte.**

**Justifica perquè la Laia és una persona amb iniciativa abordant la seva actuació.**

##### Solució:

La Laia demostra iniciativa en identificar i abordar un problema que està afectant l'empresa: la pèrdua de clients a causa de la manca d'un enfocament personalitzat al servei postvenda. No només *preveu* les conseqüències negatives d'aquest problema en observar la manca d'un protocol de seguiment adequat, sinó que



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

també *actua* proactivament en elaborar una proposta que detalla una estratègia de seguiment postvenda. A més, *intervé* directament en presentar la seva idea al supervisor i, en obtenir el vistiplau, lidera una prova pilot amb un petit equip. Durant aquesta prova, s'assegura fer els seguiments i recopilar feedback, cosa que permet obtenir resultats concrets sobre l'eficàcia de la seva proposta.

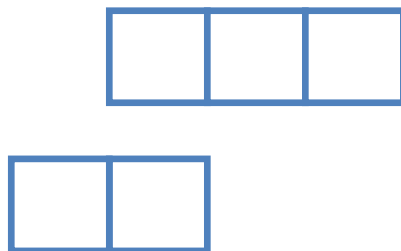
## Conèixer la importància de la creativitat aplicada a l'empresa

**3. Indica quina diferència hi ha entre creativitat i innovació respecte a la idea.**

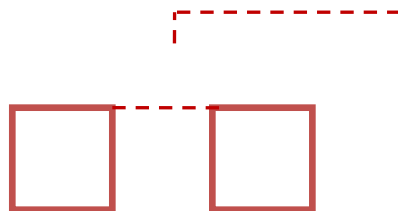
### Solució:

La creativitat és la que concep la nova idea, mentre que la innovació consisteix a posar-la en pràctica.

**4. Mou dues línies rectes dels quadres que es presenten a continuació, per tal de formar quatre quadres iguals, procurant que totes les línies formin part dels quadres:**

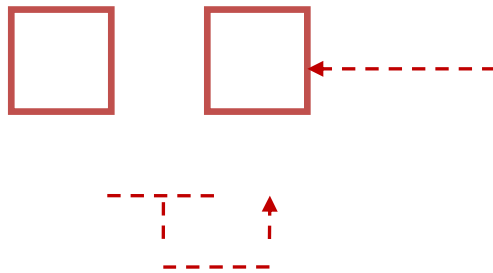


### Solució:





# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

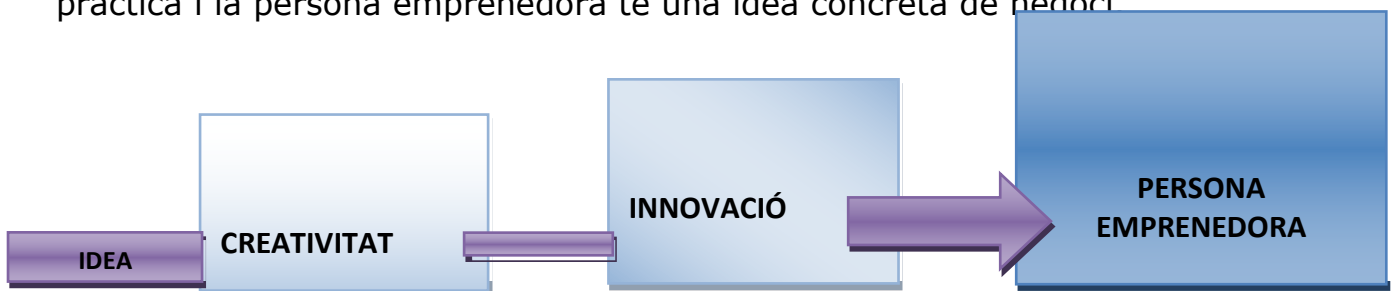


## Avaluar la importància de la creativitat a la iniciativa emprendedora

**5. La creativitat, la innovació i la persona emprendedora tenen un nexa comú. Sabries dir quina és? Argumenta'l i representa'l amb un esquema o imatge.**

**Solució:**

El nexa comú és la idea, perquè la creativitat la concep, la innovació la posa en pràctica i la persona emprendedora té una idea concreta de negoci.



**6. Indica les capacitats que ha de tenir qualsevol empresari emprendedor quan té una idea de negoci.**

**Solució:**

- Detecta i aprofita les oportunitats que se li presenten.



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- Reuneix els recursos adequats per executar l'oportunitat.
- Posa en funcionament la idea.

**7. En grup, us col·locareu en cercle amb un bolígraf i un paper cadascun. A la capçalera del paper escriureu el vostre nom i passareu el full a la persona que tingueu al costat. Quan rebeu el full amb el nom d'un company, hi escriureu una qualitat positiva. Quan tots hàgiu escrit als fulls de la resta de companys, cadascú agafarà la seva i la llegirà enlaire. L'objectiu de l'exercici és que reforceu la vostra autoestima, una qualitat bàsica de qualsevol emprendedor.**

**Solució:**

Resposta lliure.

**8. Amb ajuda d'Internet, cerca la idea originària que va impulsar Soichiro Honda, fundador d'Honda Motor a convertir-la a l'empresa que coneixem avui.**

**Solució:**

Soichiro Honda, el 1946, va aprofitar els motors petits que van deixar els soldats nord-americans i els va instal·lar a la seva bicicleta, fent-los funcionar amb querosè. Els seus amics van començar a demanar-li que fes més bicicletes motoritzades, arribant així la idea de començar a fabricar les motocicletes.

**9. Enumera els principis essencials per al desenvolupament de la cultura emprendedora.**

**Solució:**



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- La formació integral.
- Reforçar els processos del treball en equip.
- Considerar els drets de les persones de manera individual.
- Donar suport als projectes emprendadors sostenibles.

## Saber què és la idea de negoci

### 10. Què és la idea de negoci? Enumera els requisits perquè una idea es converteixi en projecte empresarial.

#### Solució:

La idea de negoci és el fonament principal que dóna inici al projecte empresarial:

- Les persones implicades en el projecte han de tenir formació i coneixements del sector empresarial que desenvoluparan.
- La idea ha de ser realitzable, és a dir, que es pugui convertir en realitat, a nivell tècnic, i empresarial.
- Que sigui viable econòmicament, per tal de compensar la inversió econòmica per posar-la en marxa, i que perduri en el temps.

## Conèixer les parts d'un pla d'empresa

### 11. Descriu les diferents viabilitats que avalua un pla d'empresa. Argumenta la importància de l'estudi de cadascuna.

- La viabilitat de mercat: hi ha demanda? Quines necessitats cobrirà el producte o servei? Com es comporten els competidors?
- La viabilitat tècnica: disponibilitat de recursos, tecnologia necessària i capacitat de producció.
- La viabilitat organitzativa: estructura organitzativa, personal necessari, habilitats requerides i disseny de processos.
- La viabilitat legal i normativa: compliment de regulacions locals i internacionals, drets de propietat i llicències, entre d'altres.



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

- La viabilitat economicofinancera: anàlisi fonamental dins el pla d'empresa per determinar si una idea de negoci és rendible i sostenible des del punt de vista econòmic, és a dir, si genera els ingressos suficients per cobrir els costos i obtenir beneficis.
- La viabilitat d'impacte: anàlisi de la sostenibilitat i de la responsabilitat social; com

l'empresa contribuirà a l'entorn i a la comunitat.

## **12. Quants tipus de pla d'empresa hi ha en funció de les necessitats o els objectius que es busquen? Poseu un exemple que expliqui cada tipus d'empresa.**

- Pla d'empresa complet: És el més detallat i abasta tots els aspectes del negoci. Per exemple, una Startup que està desenvolupant un producte i cerca finançament.
- Pla d'empresa resumit: una versió més breu, centrada en els punts més essencials. Per exemple, una empresa que vol presentar el seu model de negoci a altres empreses amb què poder col·laborar.
- Pla d'empresa operatiu: S'enfoca a la part de gestió i funcionament diari de l'empresa. Per exemple, una empresa que vol reestructurar la vostra organització.

## **13. Realitza un esquema d'un pla d'empresa on es contemplin els continguts principals i els punts bàsics d'aquests.**

**Solució:**

### **PLA D'EMPRESA:**

#### **Introducció:**

Denominació del pla d'empresa

Localització de l'empresa

Data d'inici

Forma jurídica

Breu exposició de l'activitat empresarial

Determinació de la plantilla de treballadors



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

Inversió prevista per fer el pla d'empresa

## **Promotors del pla:**

Dades dels promotors

Currículum dels mateixos

Descripció del grau de compromís dels promotors

## **Descripció dels productes/serveis:**

Exposició del concepte del producte/servei

Enumeració dels atributs

Components innovadors

## **El pla de producció:**

Fase de recerca

Localització de la fàbrica

Possibilitats d'expansió de la fàbrica

Detall de les instal·lacions i maquinària

Determinar el volum de producció

Establiment dels controls de qualitat i inspecció

## **Anàlisi del mercat:**

Aspectes generals del mercat

Estudi dels clients potencials

Anàlisi de la competència

Impediments d'accés al mercat actual i futurs

## **Pla de màrqueting:**

Política de preus

Política de distribució i vendes

Política de publicitat i promoció

Descripció del servei i atenció al client

## **Organització i RRHH:**

Funcions dels càrrecs directius



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

Categories laborals

Política del departament de RRHH

Pla d'inversions:

Inversions en actiu fix

Inversions en capital circulant

**Previsió del compte de resultats:**

**Finançament previst:**

Balanç

Estat d'origen i aplicació de fons

**Valoració del risc**



# La iniciativa emprendedora i el pla d'empresa

## Repte professional - EcoGreen

### Investiga

**Recordem el cas de l'Andrea, presentat al començament de la unitat. Perquè la seva idea es faci realitat, necessita complir amb requisits com la inversió inicial en tecnologies, crear un equip capacitat i fomentar la consciència ecològica a la comunitat. La proposta d'EcoGreen és innovadora i clara: fabricar productes de papereria i material d'oficina biodegradables a partir de deixalles plàstiques i orgàniques que, altrament, acabarien als abocadors. El seu model de negoci inclou vendes directes en línia a particulars, escoles, associacions i empreses que estiguin conscienciats amb la sostenibilitat. Al llarg de la unitat hem identificat la capacitat d'iniciativa, creativitat i innovació que ha tingut l'Andrea, així com les qualitats que té com a emprendedora. Quin principi s'aplica per desenvolupar una cultura emprendedora?**

**Hem detectat els requisits perquè la seva idea es faci realitat i la seva font d'inspiració, i finalment hem pensat en productes que podria fabricar i distribuir, generant així una sèrie d'avantatges competitius. Seguirem aportant informació al projecte d'EcoGreen. És el moment que pensem en la missió, la visió i els valors que vol transmetre. Inspirar-te en empreses similars o amb un alt grau de preocupació pel medi ambient. Feu una estimació senzilla de la inversió que requeriria muntar l'empresa. Qui seria la seva competència principal? Analitza el mercat on s'instal·laria.**

### Elabora

**L'Andrea sap que per convèncer inversors i assegurar l'èxit d'EcoGreen, necessita un pla d'empresa. Amb la informació que hem obtingut al llarg de la unitat i la que hem anat aportant nosaltres, farem els primers passos en l'elaboració del seu pla d'empresa Trebal·leu en grups de quatre persones, i seguiu les indicacions següents:**

- Començarem per la descripció dels promotors: Recopileu la informació sobre la iniciativa, creativitat i innovació que ha mostrat l'Andrea, així**



# La iniciativa emprenedora i el pla d'empresa

com les seves qualitats com a emprenedora.

- Ara és el moment d'argumentar de manera clara la idea de negoci. Feu èmfasi en la vostra preocupació mediambiental i la vostra aportació a la societat. Expliqueu els productes o serveis concrets que heu pensat.
- Analitzeu el mercat, identificant-ne els aspectes bàsics: clients potencials, empreses competidores i possibles impediments actuals i futurs per accedir a aquest mercat.
- Pla de màrqueting. Descriviu de forma breu les quatre variables del màrqueting mix: producte, preu, distribució i comunicació. Dissenyeu una campanya de màrqueting enfocada a les xarxes socials, destacant els valors de la marca i la importància de reduir la petjada ecològica. Aprofita la història d'EcoGreen per connectar emocionalment amb els consumidors.
- Finalment, elaboreu el resum executiu. En aquest apartat inclourem el nom de l'empresa, descripció del negoci, incloent-hi missió, visió, objectius i valors. També una breu exposició de l'activitat empresarial i una estimació de la inversió requerida de manera orientativa.

**Presenta**

**Cada grup explicarà a la resta de classe el pla d'empresa elaborat utilitzant Canva com a eina de presentació.**

Resposta oberta.