ORIENTACIÓ ACADÈMICA I PROFESSIONAL

Nom.-..... Curs.-..... Data.-.....

Primera sessió: Fem aflorar el talent i compartim iniciatives

- Què és una empresa?
- Quina imatge tens dels empresaris o empresàries?
- Quines qualitats personals associes a la persona emprenedora?
- Creus que els emprenedors han de tenir alguns d'aquests valors: iniciativa, creativitat, assumpció de riscos, lideratge, talent, perseverança, autoexigència, compromís, capacitat de gestió, cooperació...?
- T'agradaria tenir una empresa?
- Fes una breu presentació dels teus interessos per muntar una empresa
- Intenta explicar amb les teves paraules alguns conceptes dels camps d'actuació d'una companyia (les vendes, el marketing, les finances, la producció, els recursos humans) i de l'estructura organitzativa de l'empresa. Pots posar algun cas que coneguis o que hagis estudiat de casos reals.

ORIENTACIÓ ACADÈMICA I PROFESSIONAL

Nom.-..... Curs.-..... Data.-.....

Segona sessió: Iniciem el projecte d'empresa

Atenció: Un cop constituïts els grups, cal reconduir els projectes triats a partir del supòsit que la vostra empresa comptarà amb un pressupost de 20.000€, per fer el producte o el servei que oferiu. Primer explicarem alguns conceptes previs i després de treballar aquests àmbits, omplireu la fixa. Finalment amb grup fareu una primera presentació breu de la vostra empresa i de les característiques del producte o servei a la resta dels vostres companys/es.

- producte o servei ofert (què és?)

- objectius (satisfer les necessitats de qui?)

- canal (mecanisme pel qual els nostres clients podran accedir al nostre producte o servei?)

- procés de creació del producte o servei (com es fa?)

- marca comercial (nom, imatge...)

- dimensió (local, nacional, internacional...)

- *target* (a quin sector de públic potencial està dirigit?)

- recursos (quina inversió es necessita, quins recursos humans?)

ORIENTACIÓ ACADÈMICA I PROFESSIONAL

Nom.-..... Curs.-..... Data.-.....

Tercera sessió: Dissenyem el Pla d'empresa

El proper dia dos empresaris del poble, pares d'alumnes del centre, en visitaran per explicar la seva experiència i valorar la nostra iniciativa. Mitjançant una presentació visual (mural o informàtica) explicareu el vostre Pla d'empresa.

Qüestions a plantejar per dissenyar el Pla d'empresa:

- Definició del producte o servei, segons les necessitats del client objectiu (utilitat, avantatges...).
- Localització geogràfica
- Diferenciació del producte: determinar una sèrie de característiques que converteixen el producte o servei en alguna cosa única i diferent per al públic potencial.
- Marca comercial: les marques, models i envasos permeten identificar els productes i serveis i diferenciar-los dels de la competència.
- Desenvolupament de serveis relacionats: inclou serveis com la instal·lació del producte, el manteniment, la garantia i el finançament.
- Cost i beneficis: determinar el cost del producte o servei, el preu de venda i els beneficis: quantes unitats es venen; quin és el marge comercial; quina és l'oferta inicial de sortida, etc.
- Estructura financera.
- Organigrama dels recursos humans (direcció, nombre de treballadors, …).
- Constitució formal de l'empresa: forma jurídica.
- Recursos humans, tècnics i econòmics.
- Logística: emplaçament i comerç (amb quin personal ha de comptar l'empresa i a quines feines es dediquen, on i com es ven el producte, fins on arriba, si hi ha comerç electrònic, etc.).
- Contacte i comunicació: com i on es preveu fer publicitat del producte.

Hi ha mercat per a la nostra idea?

Cal fer un estudi de mercat per tal de valorar la viabilitat del projecte i reconduir-lo, si escau. Cal treballar prèviament el "Test de la idea" per avaluar el grau de demanda i si disposem dels recursos necessaris per engegar el negoci i fer-lo sostenible. Algunes qüestions plantejades al "Test de la idea":

- El producte i/o servei ofert tenen possible comprador? A quin preu?
- És més gran el preu que pot pagar-se pel producte o servei que el que costa produir-lo?
- La idea de negoci s'adapta al que el mercat necessita?
- Aquest producte és més avantatjós que el de la competència?
- Es coneix suficientment el segment de mercat a què va dirigida l'empresa?
- Es compta amb els mitjans financers suficients (o es té possibilitats d'aconseguir-los) per tirar endavant el projecte?
- Es té algun tipus d'experiència prèvia en el sector?
- S'han definit els clients potencials? Es té clara vocació d'orientació cap al client?
- S'ha realitzat un esquema de l'estructura organitzativa de l'empresa? S'ha analitzat si és l'estructura adequada per sortint-se? S'han identificat clarament els perfils i les competències de les persones que participin en l'organització?
- Es té coneixement sobre on trobar assessorament d'aquells temes que l'empresa desconeix?
- Es posseeix capacitat per planificar els objectius o el pla de treball de l'empresa i de mesurar-ne els resultats?
- Es té prou flexibilitat per fer els ajustaments que el mercat exigeix o prou capacitat d'anticipació?
- Quin és el grau de compromís amb el projecte de negoci? S'està disposat a posar-hi temps, esforç i dedicació?

En respondre aquestes qüestions, hauràs de justificar els punts forts de la teva idea de negoci i com fer front als possibles punts febles. Els estudis de mercat poden ajudar a justificar la necessitat de la seva oferta. Cal tenir clar què es vol analitzar (comportaments, costums, hàbits de consum...), com i a on; si dona temps, es poden fer enquestes, entrevistes, mostres, sobre les quals es puguin extreure dades objectives (taules estadístiques, gràfics, esquemes, etc.), algunes de les quals es poden incorporar a les presentacions finals per convèncer l'audiència de la viabilitat del negoci.

En acabar aquesta fase del procés, cal disposar de la definició i concreció d'aspectes com: les característiques finals del producte o servei, el preu, l'emplaçament de l'empresa, el pla d'inversions, l'organització empresarial, el rol de cada component, l'estatus legal de l'empresa, els canals de distribució directes o indirectes, etc. Pot dedicar-se novament una sessió de presentació breu dels projectes, per part dels grups.

Esquema presentació.

	NOM EMPRESA		
PRODUCTE O SERVEI	QUÈ ÉS? Unitats produides. Disseny.	QUANT COSTA FER-HO?	POSSIBLES INGRESSOS O GUANYS.
CLIENTS	A QUI VA DIRIGIT?	QUI HO COMPRARÀ?	QUI L'UTILITZARÀ?
CANAL	ON ES VEN O ADQUIRIR? Venedors, botigues, .	ON FER PUBLICITAT? Fàcil de trasportar?	WEB XARXA SOCIAL
RELACIÓ	PROBLEMES QUE PODEN TENIR. Seguretat	GARANTIES Es pot arreglar si es trenca?	MODEL DE NEGOCI

http://www.xtec.cat/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/2efae92f-44bf-468f-8760-3bc232a69263/projecte_recerca_emprendre2.pdf

http://www.xtec.cat/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/2efae92f-44bf-468f-8760-3bc232a69263/projecte_recerca_emprendre2.pdf