

## UNITAT 3: La idea emprendedora

### ESTUDI DEL CAS-PÀG. 45

**1. Com creus que va sorgir la idea emprendedora de José Barroso? (Hi pot haver més d'una resposta correcta).**

- a) Avenços científics.
- b) Un canvi en la societat.
- c) Fruit de l'observació.
- d) Creant una nova necessitat.
- e) Copiant les pràctiques d'altres.
- f) Buscant nous usos a un producte.
- g) Avançant-se a allò que està per arribar.

La idea emprendedora de José Barroso es va basar en:

- b) Un canvi en la societat. El pas d'un règim dictatorial a la democràcia va comportar un desig de modernitzar-se i apropar-se als costums i modes d'Europa.
- c) Fruit de l'observació dels gustos i desitjos dels joves de l'època. José Barroso es va fixar en l'estil de roba que portaven i en el fet que sortien a fora a comprar-se roba perquè l'espanyola no agradava. Va veure que hi havia una necessitat no coberta en el mercat (una veta de mercat).
- e) Copiant les pràctiques d'altres. Més que una còpia, José Barroso es va inspirar a la roba juvenil que es venia a Europa (moderna, trencadora i de color).
- g) Avançant-se a allò que està per arribar. Don Algodón va portar roba moderna a un preu més baix que el de les botiques de moda dels voltants de Claudio Coello, on va obrir una de les seves primeres botigues. Va ser l'avantsala de botigues com Zara, Massimo Dutti, etc., que ofereixen roba moderna, per a joves, amb color i a preus baixos o mitjans.

**2. Per què creus que José Barroso renova constantment els seus negocis i entra en mercats diferents?**

Perquè té un esperit inquiet i innovador, li agrada experimentar, superar-se a si mateix i experimentar nous reptes. Està empenent contínuament.

El món empresarial ofereix oportunitats en molt diversos camps, hi ha moments en els quals s'esgota una veta de mercat, però se n'obren d'altres.

**3. Posteriorment, altres empreses han treballat sobre les seves mateixes idees (tant en el sector tèxtil, com de perfums). És el que s'anomena «copiar les pràctiques d'altres» i es fa quan l'empresa pionera no atén totalment el mercat. Què opines d'aquesta pràctica?**

Aquesta pràctica és molt comuna en el món empresarial, tant que empresaris d'èxit proclamen amb orgull que d'altres copien les seves idees o procediments perquè tenen un alt grau d'excel·lència i són models a seguir.

És diferent «copiar les pràctiques d'altres» o inspirar-se en els treballs o en les idees d'altres que copiar directament o realitzar un frau. Si una marca de roba, comercialitza perfums i d'altres «en copien la idea», aquesta pràctica implica que l'empresa ha de posar en marxa el seu propi perfum, oferint un toc personal i diferent.

**4. Qui tindrà el major percentatge de vendes, l'empresa que va tenir la idea inicial o les empreses que en copien i poleixen la idea?**

L'empresa que va tenir la idea inicial és la que tindrà el major percentatge de vendes, ja que és la primera a llançar el producte al mercat, la primera a donar-se a conèixer i l'única que ven el producte durant un quant

temps. Posteriorment, s'haurà de renovar i haurà de polir la idea com farà la competència per no perdre quota de mercat o mantenir la que tenen.

De vegades, l'empresa que copia la idea, li dóna un valor afegit tal que supera el que va tenir la idea inicial.

### TREBALL EN EQUIP-PÀG. 47

**1. Aquests són alguns canvis socials que van detectar altres emprenedors i la resposta global que han donat. Encara queda molt per treballar. Poseu en marxa la vostra imaginació i afegiu-hi les millores que encara s'hi poden introduir, o bé perquè no s'ha cobert del tot aquesta necessitat, o bé perquè és necessari un canvi de procediment:**

Canvis en la societat	Noves idees de negoci	Millores que cal introduir-hi
Preocupació pel cos i l'estètica	Proliferació de botigues de roba, cosmètics, centres d'estètica, gimnasos, clíniques de cirurgia plàstica, herbolaris, productes dietètics...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gimnasos que ofereixin un servei integrat i conjunt de renovació d'imatge: monitors, entrenadors personals, gabinet d'estètica, perruqueria i assessors d'imatge (tècnics superiors en assessoria d'imatge personal), balnearis...</li> <li>Servei d'assessoria d'imatge a les botigues de roba (i no només la presència de dependents).</li> <li>Herbolaris i botigues de productes dietètics, que ofereixin la possibilitat de contractar els serveis d'un nutricionista per a una anàlisi de massa corporal, gestió de pes, millora d'hàbits nutricionals, etc.</li> </ul>
Més temps per a l'oci	Esports, gimnasos, més varietat de viatges: organitzats, per a gent gran, per a <i>singles</i> , turisme just, turisme rural, turisme <i>slow</i> ...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentar l'oferta i millorar la qualitat dels viatges de turisme just (activitat turística que busca un equilibri entre els àmbits socials, mediambientals i econòmics, amb la finalitat d'afavorir la població de les destinacions del Tercer Món que es visita), turisme <i>slow</i> (en un ambient de relax) i qualsevol altra activitat turística que permeti relacionar-se i fer amics (turisme per a <i>singles</i>).</li> </ul>
Millores en l'habitatge i interès per una decoració funcional i personal	Augmenta la construcció d'habitatges, incorporació de calefacció, aire condicionat, electrodomèstics intel·ligents, habitatges domòtics, persianes automatitzades, decoració especialitzada, mobles desmuntables o convertibles...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incloure a les botigues de mobles un servei d'assessoria o decoració a un preu assequible.</li> <li>Botigues que es dediquin a articles de la llar i no només a la venda de mobles.</li> </ul>
Noves tecnologies	Internet, mitjans audiovisuals, telèfons mòbils, venda a través d'internet...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encara es pot seguir investigant en l'avenç de les noves tecnologies de la informació i la comunicació, per millorar contínuament la qualitat dels productes: aplicacions per a mòbils, difusió de l'ús de drons entre el públic (minihelicòpters amb pilotatge des de telèfons mòbils), el sistema de pagament PayPal, e-Bay...</li> </ul>
Incorporació de la dona al	Guarderies, centres d'oci infantil, servei domèstic,	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centres d'educació infantil amb un horari ampli i la possibilitat d'acomodar-lo a les necessitats diàries</li> </ul>

Canvis en la societat	Noves idees de negoci	Millores que cal introduir-hi
mercat laboral	menjar preparat...	<p>dels pares.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Servei domèstic amb una preparació mínima en menjars casolans.</li> <li>▪ Botigues que es dediquin a la venda de plats preparats casolans i amb lliurament a domicili. Es poden fer ofertes, per contractar els serveis de l'empresa per mesos.</li> </ul>
Augment de l'esperança de vida	Proliferació de residències i centres de dia, serveis a domicili, serveis culturals i d'oci.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduir personal especialitzat a les residències i servei a domicili (tècnics en atenció a persones en situació de dependència), que ofereixin, no només atenció sanitària, sinó també lúdica i de manteniment a aquests col·lectius.</li> </ul>
Més soledat	Cerca de parella per internet, associacions d'oci i temps lliure...	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Quant a les agències de matrimoni o de cerca de parella per internet, encara no està coberta tota la demanda; en aquests casos, es valora molt la discreció.</li> <li>▪ Clubs d'oci, que organitzen activitats esportives de diversos tipus i viatges d'oci, en els quals es combinen visites culturals i lúdiques.</li> </ul>
Augment de l'adopció de mascotes a les llars	Residències de mascotes, restaurants, productes d'alimentació, jocs, veterinaris especialitzats en animals exòtics, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Restaurants per a mascotes amb personal especialitzat en nutrició animal.</li> <li>▪ Botigues de productes per a mascotes, que ofereixin residència de mascotes o contactes amb veterinaris especialitzats.</li> <li>▪ Són escasses les botigues o els veterinaris especialitzats en animals exòtics (lloros, periquitos, conills d'Índies, etc.).</li> </ul>
Preocupació creixent per la seguretat	Empreses de seguretat, alarmes, assegurances, gestió de la prevenció de riscos laborals.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La demanda no està coberta.</li> <li>▪ Apareixen nous sistemes de seguretat, com ara alarmes amb connexió wifi.</li> </ul>
Preocupació pel medi ambient	Serveis relacionats amb el medi ambient, campanyes per a la gestió de l'energia, els residus i l'aigua, protecció de zones naturals, incorporació als productes d'elements que protegeixin el medi ambient...	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ És necessari realitzar R + D + i, recerca, desenvolupament i innovació en aquests temes.</li> <li>▪ Instal·lació de plaques solars a les cases i edificis d'una forma econòmica.</li> </ul>
El temps, un valor en si mateix	Enviament de la compra a domicili, tallers de reparació d'automòbils que recullen el cotxe i el deixen al garatge del client, nous horaris comercials, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduir el servei a domicili en qualsevol negoci.</li> </ul>
Interès per la tercera edat i preocupació	Centres de dia, serveis per a la millora de la qualitat de vida, serveis a domicili, serveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduir-hi personal especialitzat (tècnics en atenció a persones en situació de dependència), que ofereixin, no només atenció sanitària, sinó també</li> </ul>

Canvis en la societat	Noves idees de negoci	Millores que cal introduir-hi
per les discapacitats	culturals i d'oci, etc.	lúdica i de manteniment a aquests col·lectius.

**ACTIVITATS-PÀG. 48**

2. Imagina que has decidit crear una empresa que es dediqui a fabricar mermelades, elaborades de manera artesanal i amb ingredients ecològics. És un mercat en el qual ja hi ha competidors, per la qual cosa necessites millorar la qualitat del producte. Elabora la taula de la tècnica del llistat d'atributs i completa-la al quadern:

Components	Atributs	Idees
Ingredients	Naturals	Horta personal ecològica Cerca de cooperatives que venen productes ecològics.
Envàs	Vidre	Vidre lleuger. Que destaquí la idea de producte ecològic, per a això pot adoptar, la forma de la fruita que compon la mermelada.
Preu	En general els productes ecològics són cars, es consideren objectes "de luxe"	Oferir un producte ecològic de qualitat, al preu de les mermelades industrials.
Ecològic	Natural, sa Cuida la línia	No s'hi utilitzaran components ni processos químics. No s'hi utilitzaran conservants, ni antioxidants. S'hi utilitzarà sucre morè en lloc de sucre blanc, pel seu procés de refinació.

**ACTIVITATS-PÀG. 55**

2. El mercat de les autocaravanes a Espanya presenta aquestes xifres de venda:

Marca	Nombre d'unitats venudes a l'any
RIMOR	3 721
MONCAYO	4 312
BENIMAR	6 723
KNAUSS	2 575

- Calcula la quota de mercat de cadascuna de les marques d'autocaravanes.

$$\text{Quota de mercat} = \frac{\text{Mercat actual empresa}}{\text{Mercat total producte}} \times 100$$

Marca	Nombre d'unitats venudes a l'any	Quota de mercat
Rimor	3 721	$\frac{3721}{17331} \times 100 = 21,47 \%$
Moncayo	4 312	$\frac{4312}{17331} \times 100 = 24,88 \%$
Benimar	6 723	$\frac{6723}{17331} \times 100 = 38,79 \%$
Knauss	2 575	$\frac{2575}{17331} \times 100 = 14,86 \%$
Mercat total	17 331	$21,47 + 24,88 + 38,79 + 14,86 = 100$

- Quina serà l'empresa líder del mercat? Quina serà la diferència en quota de mercat de l'empresa líder respecte de la pitjor posicionada?

L'empresa líder del mercat és la que té una quota de mercat més elevada, Benimar.

L'empresa pitjor posicionada és Knauss; la diferència de quota és:

$$38,79 - 14,86 = 23,93$$

#### ACTIVITATS FINALS-PÀG. 58

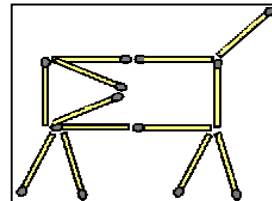
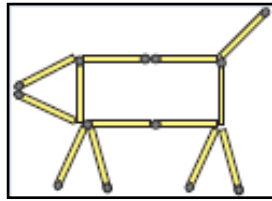
1. És important que practiquis les tècniques i formes de pensar per fomentar la creativitat que s'han exposat al llarg del tema. Només així aconseguiràs desenvolupar el teu pensament creatiu:

a) El pensament lateral. Practica aquesta forma de pensar, tan allunyada dels paràmetres tradicionals, resolent les endevinalles següents:

- Un dia de pluja molt intensa un senyor va sortir al carrer sense paraigua ni barret. Va tornar a casa amb la roba xopa però, malgrat portar el cap descobert, no es va mullar ni un cabell. Com és possible? El senyor era calb.
- Alguns mesos tenen 31 dies, d'altres només 30. Quants tenen 28 dies? Tots els mesos inclouen 28 dies.
- Un malabarista tenia una tassa de te plena fins a dalt; mantenint la tassa sobre el seu cap, la va deixar caure a terra, i es va trencar en multitud de fragments, però sense vessar ni una gota de te. Com ho va poder fer? La tassa era plena de qualsevol altra substància que no fos te.
- Si caves un clot de 2 metres d'amplària per 3 metres de llargària i 4 metres de profunditat, quanta terra hi ha al clot? Al clot no hi ha terra, ja que s'ha hagut de treure tota precisament per fer el clot.
- L'Antoni tenia 20 anys d'edat el 1980 i va complir 15 anys el 1985. Com és possible? Tenia 15 anys d'edat el 1985 abans de Crist i 5 anys més tard, és a dir el 1980 abans de Crist tenia 20 anys.
- Una senyora entra en una cafeteria i demana un cafè amb llet. Just quan se l'apropa als llavis hi descobreix un mosquit surant, demana un altre cafè i, en tastar el nou, descobreix que és el mateix d'abans. Com és possible? La senyora quan s'apropa la tassa de cafè amb llet als llavis ja s'hi havia posat el sucre. No arriba a beure perquè veu el mosquit. Quan tasta la segona tassa de cafè que li serveixen

(ja sense mosquit) nota que està ensucrada per la qual cosa dedueix que és la mateixa tassa, a la qual li havien tret el mosquit.

- El gos està mirant a l'oest. Fes que miri a l'est canviant només la posició de dos llumins (la cua ha de romandre alçada).



b) La paraula aleatòria. El tema que s'estudiarà serà la millora dels serveis i productes destinats a les mascotes.

- En grups de dues a quatre persones, agafeu el diari del dia, obriu-lo per una pàgina a l'atzar i assenyaieu-hi l'última paraula de la quarta línia. Tingueu en compte que la paraula ha de ser un substantiu, escriviu-la en un foli i, a partir d'aquí, genereu paraules o atributs que estiguin relacionats amb aquesta paraula aleatòria. Quan tingueu un mínim de dotze atributs, reviseu cada punt de la llista i estudeu com els podeu relacionar amb el tema proposat.
- Després d'haver completat tot aquest procés, el podeu repetir amb dues paraules aleatòries més. Finalment, descriu en un o dos paràgrafs com penseu millorar els serveis i els productes destinats a les mascotes arran de les respostes que heu obtingut mitjançant aquesta tècnica.

La resposta és personal, variarà en funció del grup d'alumnes i de com es desenvolupi la dinàmica.

**2. Analitzarem la idea empresarial d'Amancio Ortega, el fundador de Zara, juntament amb la seva exdona, Rosalía Mera. La idea innovadora d'aquest empresari espanyol va consistir a dissenyar, produir i distribuir una col·lecció dues vegades per setmana, la qual cosa permetia fer canvis de dissenys i colors moltes vegades a l'any. Aquesta estratègia, combinada amb l'anàlisi setmanal dels productes més i menys venuts, permet donar una resposta ràpida al mercat, subministrant més models dels que s'esgoten i aturant la producció dels que no es venen.**

**Quin element innovador va introduir en el món de la moda? Quina és la forma tradicional de dissenyar en el món tèxtil? Aquesta forma de treball permet canvis ràpids d'adaptació al mercat?**

La idea innovadora inicial d'Amancio Ortega va consistir a dissenyar, produir i distribuir una col·lecció dues vegades per setmana, la qual cosa permet fer canvis de dissenys i colors moltes vegades a l'any. Aquesta estratègia, combinada amb l'anàlisi setmanal dels productes més i menys venuts, permet donar una resposta ràpida al mercat, subministrant més models dels que s'esgoten i aturant la producció dels que no es venen.

Tradicionalment el món de la moda funciona per temporades, es comença a treballar en les tendències de la propera temporada amb un any d'antelació, per això és freqüent veure desfilades de roba de primavera, al final d'estiu o a principis de tardor. Preveure els models i començar a confeccionar-los amb tanta antelació no permet adaptar-se ràpidament al mercat, una vegada que arriba la temporada, tota la producció està confeccionada i venuda, per la qual cosa si les peces no tenen èxit, és molt costós retirar-les del mercat i no hi ha temps per introduir-n'hi de noves. Zara va trencar amb aquesta forma de treballar.

**3. Quines idees innovadores hi ha hagut en el teu sector professional?**

La resposta variarà segons el sector professional al qual pertanyi el cicle formatiu que estudia l'alumne. Es poden trobar exemples d'idees innovadores a internet.

**4. Què ha motivat l'èxit d'aquestes marques en el mercat espanyol?**

**Vueling, Vitalínea, Wii, Imaginarium i Pronovias.**

- Vueling – És una marca molt sonora que evoca l'objecte social de l'empresa (són línies aèries). Neixen amb vocació internacional, la seva imatge és jove i fresca, per la qual cosa s'atreveixen a barrejar dos

idiomes i/o cultures amb el millor de cadascuna: la saxona i la mediterrània, de la combinació de la qual sorgeix un nou idioma, l'«spanglish» (*vueling*). Llancen un missatge de línies aèries europees però amb ànima espanyola.

- Vitalínea – És un nom sonor i fàcil de recordar, que evoca les propietats del producte: làctics que cuiden la línia i ofereixen una aportació extra de vitamines.
- Wii – Aquest és un cas d'una estratègia de marca especial. Han buscat un nom internacional, pronunciable en gairebé tots els països i fàcil de recordar, per a una consola llançada a escala mundial. Wii s'ha convertit en líder de vendes en arribar a un públic que no consumia aquests productes: les dones i la gent gran.
- Imaginarium – El nom té reminiscències del llatí, barreja el gust per l'aprenentatge amb la imaginació, i reflecteix un dels objectius de l'empresa «aprendre jugant».
- Pronovias – És una marca assentada, amb un nom fàcil de recordar, que s'associa ràpidament al producte que comercialitzen: vestits de núvia. A més, hi inclou una connotació positiva, gràcies al prefix «pro» i vàlid a escala internacional.

### ACTIVITATS FINALS-PÀG. 59

5. A continuació et proposem una sèrie de negocis amb tres nivells de progressió o estratègies de creixement:

- El nivell 1 representa els objectius a curt termini.
- El nivell 2, els objectius a mitjà termini.
- El nivell 3, els objectius a llarg termini.

Nivell 1	Nivell 2	Nivell 3
Estampació de samarretes	Botiga de roba	Fàbrica de roba
Servei de guies turístics	Agència de viatges	Operador turístic
Fleca	Pastisseria	Servei d'àpats
Cura de mascotes	Botiga de mascotes	Residència d'animals

Quina idea innovadora introduiries en cada projecte? Com el diferenciaries de la resta de negocis que es dediquen al mateix? Pots utilitzar la tècnica de la «pluja d'idees».

La resposta és lliure i variarà en funció dels alumnes, la seva dinàmica de treball i la seva creativitat. A continuació hi inclouem una sèrie de propostes:

Nivell 1	Innovació
<b>Estampació de samarretes</b>	Samarretes personalitzades, en les quals els joves puguin incloure, per encàrrec el missatge que vulguin.
<b>Servei de guies turístics</b>	Oferir un servei personalitzat, amb una atenció 24 hores, 7 dies a la setmana. Realitzaran un recorregut elaborat específicament per a cada client.
<b>Fleca</b>	Obrir una fleca en un barri residencial de creació recent o molt a prop d'una urbanització, on la competència sigui escassa. Oferir servei diari a domicili. Venda de productes per a celíacs (pa, pastissos, pastissos, brioixeria, etc.).
<b>Cura de mascotes</b>	Oferir un servei personalitzat, amb una atenció 24 hores, 7 dies a la setmana.

Nivell 2	Innovació
<b>Botiga de roba</b>	Oferir un servei d'assessoria d'imatge. Repassar setmanalment els models més venuts per fer-ne més comandes i deixar de demanar els que no han tingut èxit.
<b>Agència de viatges</b>	Que ofereixi turisme de diversos tipus: turisme just, turisme rural, turisme <i>slow</i> , viatges per a <i>singles</i> , turisme esportiu, turisme per balnearis, creuers, caps de setmana, lloguer d'apartaments per setmanes o quinzenes, etc.
<b>Pastisseria</b>	S'afegeix a la fleca la secció de pastisseria, que també ofereix servei a domicili.
<b>Botiga de mascotes</b>	Obrir una botiga amb productes per a la cura i l'alimentació de mascotes, a més de mantenir el servei que s'oferia en el nivell 1. Probablement, els clients del nivell 1 també ho seran de la nova botiga.

Nivell 3	Innovació
<b>Fàbrica de roba</b>	S'estarà en contacte setmanal amb les botigues per saber quins models tenen èxit i quins no, de manera, que se seguiran produint només els que es venen bé. El disseny també serà setmanal.
<b>Operador turístic</b>	La mateixa idea que s'ha tingut per a l'agència de viatges, però en l'àmbit de majoristes.
<b>Servei d'àpats</b>	Servei 24 hores/7 dies a la setmana, amb imatge de qualitat.
<b>Residència d'animals</b>	La idea principal és transmetre als clients que les seves mascotes són el més important a la residència; per a això és fonamental que s'hagi donat una imatge de qualitat en els nivells 1 i 2.

6. Tria un dels projectes de l'exercici anterior i estudia com pots aconseguir un producte o servei de qualitat mitjançant la tècnica del «l·listat d'atributs». Pots emprar una taula similar a aquesta (treballa al quadern):

La resposta és lliure i personal. En proposem un exemple:

Fleca		
Components	Atributs	Idees
Pans	Gran varietat. Producte de qualitat o de luxe. Ingredients aptes per a celíacs.	Emprar els millors ingredients per donar una imatge de qualitat. Presentar-se com una fleca de referència per a celíacs i persones amb intoleràncies alimentàries.
Atenció al client	Molt cuidada. A la botiga i a domicili.	Tracte correcte, amb molta educació, discreció i anunciant que els ingredients són tots de qualitat.
Preus	Els mitjans de la zona.	Com que no hi ha competència, no és necessari abaixar els preus i així es pot donar una imatge de qualitat o de luxe.



Local	Net i atractiu.	Pintar el local amb colors cridaners, neteja diària, mobiliari nou.
Forns	Moderns.	Comprar els millors forns, tenint-ne en compte la relació qualitat-preu.

7. El logotip de Nike, també denominat «Swoosh» («la pipa» o «l'ala»), va ser dissenyat el 1971 per Carolyn Davidson, una estudiant de disseny gràfic de la Universitat Estatal de Portland. Va rebre una remuneració total de 35 dòlars pel seu treball, tot i que el 1983, a manera de bonificació, va rebre un anell d'or i un paquet d'accions de la companyia.

**Quin creus que ha estat el secret de l'èxit d'aquest logotip?**

L'èxit del logotip de Nike ha estat el seu disseny aerodinàmic senzill, que implica moviment i acció, dos aspectes molt relacionats amb l'esport. A més, s'ha acompanyat d'eslògans molt atractius com «Just do it» - «Simplement, fes-ho» i del patrocini de grans estrelles de l'esport com el jugador de l'NBA Michael Jordan (Nike Air Jordan).

8. Els supermercats d'una localitat alacantina presenten les xifres de venda següents:

Marca	Nombre d'unitats venudes a l'any
Mercadona	350 000
Eroski	262 500
DÍA	175 000
Lidl	87 500
<b>Mercat total</b>	<b>875 000</b>

Calcula la quota de mercat de cada supermercat i indica quina serà l'empresa capdavantera. Quina és la diferència en quota de mercat de l'empresa líder respecte de la pitjor posicionada?

$$\text{Quota de mercat} = \frac{\text{Mercat actual empresa}}{\text{Mercat total producte}} \times 100$$

Marca	Nombre d'unitats venudes a l'any	Quota de mercat
<b>Mercadona</b>	350 000	$\frac{350000}{875000} \times 100 = 40 \%$
<b>Eroski</b>	262 500	$\frac{262500}{875000} \times 100 = 30 \%$
<b>Dia</b>	175 000	$\frac{175000}{875000} \times 100 = 20 \%$
<b>Lidl</b>	87 500	$\frac{87500}{875000} \times 100 = 10 \%$
<b>Mercat total</b>	<b>875 000</b>	<b>40 + 30 + 20 + 10 = 100</b>

L'empresa líder del mercat és la que té més quota de mercat, en aquest cas, Mercadona.

L'empresa pitjor posicionada és Lidl. La diferència de quota és: 40 - 10 = 30

## ENTRA A INTERNET-PÀG. 59

9. La Caixa ha promogut el portal Emprendedor XXI, <<http://www.emprendedorxxi.es/ca/>>, que inclou una *Guia per a la creació d'empreses*.

Llegeix i anota totes les fonts de les quals sorgeixen les idees de negoci. Poden ser molt útils per al teu projecte d'empresa.

Les activitats d'aquesta secció proposen entrar en els enllaços que s'indiquen per navegar lliurement a través d'aquestes pàgines.

## PROJECTE D'EMPRESA-PÀG. 60

### La idea innovadora i com presentar-la

Tenint en compte les indicacions que s'han proposat en aquesta unitat per trobar una idea innovadora, genereu, en grup, diverses idees empresadores i seleccioneu les dues o tres que us semblin més brillants. Finalment, després d'un petit procés d'investigació, escolliu la que considereu millor.

Formuleu la vostra idea emprendedora. Per fer-ho, heu de tractar de respondre a les qüestions següents: quin bé o servei penseu oferir al mercat? Quin element innovador aporta la vostra empresa? Quin serà el vostre model de negoci?

La resposta és personal i variarà en funció del projecte d'empresa que elaborin els alumnes.

### El model Canvas i com dissenyar-lo

Per dissenyar el vostre primer Canvas seguiu els passos i la plantilla de les pàgines 50-51. Recordeu que aquest model és molt versàtil i no és definitiu. A partir d'aquest llenç, hi fareu molts canvis a mesura que avanceu en el procés d'investigació de mercat, d'experimentació (Lean Startup) i en el vostre projecte d'empresa.

La resposta és personal i variarà en funció del projecte d'empresa que elaborin els alumnes.

### Guia per a la investigació de mercat

Per dur a terme una investigació de mercat del vostre futur projecte d'empresa, proposem una sèrie de preguntes guia. Recordeu que podeu utilitzar fonts primàries, secundàries o totes dues:

- Les fonts secundàries han de ser fiables i han d'estar actualitzades (podeu consultar les publicacions proposades en el punt 6.1. d'aquesta unitat).
- Si fareu servir fonts primàries, recorreu a les tècniques d'investigació quantitativa o qualitativa. Per exemple, podeu:
  - Fer enquestes als vostres companys de classe si creieu que poden ser clients potencials i esbrinar-ne les expectatives com a consumidors i el preu que estarien disposats a pagar.
  - Utilitzar l'observació o la simulació de compra: aneu a una botiga de la competència per tal d'observar-ne les característiques, el local, qui en són els clients, el tracte que reben, la política de preus, etc.

La resposta és personal i variarà en funció del projecte d'empresa que elaborin els alumnes.

## ACTUALITAT EMPRESARIAL-PÀG. 62

1. Després de llegir aquest article, cada grup ha de triar el nom comercial, la marca i el logotip per a la seva empresa. És important que la decisió es prengui per unanimitat perquè tots els components se sentin identificats i implicats en el projecte que començaran i duran a terme durant tot el curs.

La resposta variarà en funció de la idea emprendedora de cada equip.

## AVALUA ELS TEUS CONEIXEMENTS-PÀG. 63

### 1. Assenyala la resposta correcta:

- a) El pensament creatiu cerca solucions amb un enfocament lògic i basant-se en la formulació d'hipòtesis i deduccions.
- b) El pensament vertical és intuïtiu.
- c) El pensament lateral trenca la nostra tradicional manera de pensar, proposant solucions diferents i creatives.
- d) Totes les respostes anteriors són correctes.

Solució: c) El pensament lateral trenca la nostra tradicional manera de pensar, proposant solucions diferents i creatives.

### 2. Assenyala la resposta correcta:

- a) La pluja d'idees funciona gràcies a l'associació d'idees al voltant d'una paraula «fora de context».
- b) El llistat d'atributs permet examinar el producte o servei que es vol oferir al mercat, negant o cancel·lant una característica d'aquest.
- c) En la tècnica Delphi tota crítica està prohibida i tota idea és benvinguda, per desgavellada que sembli.
- d) Cap de les respostes anteriors és correcta.

Solució: d) Cap de les respostes anteriors és correcta.

### 3. Quant a les etapes del pensament creatiu:

- a) En primer lloc, cal recopilar tota la informació que sigui possible sobre la nostra idea o projecte.
- b) Immediatament després de la recollida d'informació s'arriba a la fase d'il·luminació.
- c) Després de la fase d'il·luminació, segueix un «procés d'incubació» en el qual la nostra ment treballa, de manera inconscient, cercant una solució.
- d) En la fase d'incubació sorgeix la idea genial.

Solució: a) En primer lloc, cal recopilar tota la informació que sigui possible sobre la nostra idea o projecte.

### 4. Assenyala la resposta correcta:

- a) En la pluja d'idees es recomana construir sobre les idees dels altres.
- b) Podem trobar una necessitat no coberta pel mercat analitzant els canvis que s'han esdevingut en la nostra societat els últims anys.
- c) La paraula aleatòria funciona gràcies a l'associació d'idees al voltant d'una paraula «fora de context».
- d) Totes les respostes anteriors són correctes.

Solució: d) Totes les respostes anteriors són correctes.

### 5. La investigació de mercat:

- a) De tipus quantitatiu, persegueix recollir informació objectiva i mesurable, que en permeti un tractament estadístic.
- b) La investigació qualitativa es basa en l'observació i l'anàlisi de les motivacions i desitjos de les persones.
- c) Les fonts d'informació poden ser primàries i secundàries.
- d) Totes les respostes anteriors són correctes.

Solució: d) Totes les respostes anteriors són correctes.