

BLOC 4: EL PROJECTE EMPRESARIAL

Idea de negoci, promotors i requisits previs

A vegades els emprenedors ja tenen un idea que han de millorar, refinar o completar. D'altres no es disposa d'aquesta idea i s'ha d'iniciar un procés de recerca més ampli:

1. **Pluja d'idees**
2. **Filtre de propostes:** es rebutges aquelles idees que siguin impossible, que estiguin repetides o que necessitin molt recursos.
3. **Comparació de les idees:** de les idees resultants se n'estudien els avantatges i els inconvenients i es confecciona una taula comparativa.
4. **Avaluació de les idees:** es fa una valoració de cada idea segons diversos aspectes valoratius. Cada aspecte se li dóna una valoració numèrica
5. **Selecció de la idea de negoci:** D'entre les idees que han obtingut més puntuació se'n selecciona una. És molt important definir el seu valor afegit, o sigui, el factor diferenciador que ens permetrà diferenciar-nos de la competència.

Esperit emprenedor. Perfil d'un emprenedor

- Prendre riscos
- Apassionar-se amb el que es fa
- Actitud mental positiva
- Ambició
- Tenir ganes de fer
- Felicitat: noves experiències, tenir amics, passions, fer coses que tinguin un sentit.
- No marcar-se objectius ni molt fàcils ni molt difícils.
- Saber tornar el favor que t'ha fet la societat

Creació d'una empresa. Passos i continguts del pla d'empresa

La creació d'una empresa

La creació d'una empresa és un projecte en què la iniciativa d'una persona o d'un conjunt de persones tracta de dur a terme una activitat econòmica, amb objectiu d'obtenir-ne un benefici econòmic o una finalitat social.

Els factors productius necessaris per l'activitat econòmica de l'empresa són els següents:

- Recursos naturals
- Treball (mà d'obra)
- Capital (conjunt de béns d'inversió necessaris)
- Organització i capacitat empresarial (gestió, administració i la capacitat per prendre decisions i assumir riscos de manera responsable)
- Tecnologia (és el conjunt de procediments i de tècniques de producció que d'una manera concreta combinen els anteriors factor de producció)

Cal que hi hagi un element humà que tingui la iniciativa de crear l'empresa. Les motivacions personals poden ser les següents:

- L'experiència laboral
- Aprendre per millorar
- Desenvolupar per innovar

Pla d'empresa

S'ha de redactar un document anomenat memòria del projecte empresarial, en el qual figuri una descripció ordenada i justificada del projecte d'iniciativa empresarial.

Aquesta memòria del projecte empresarial és fonamental per fer conèixer totes les seves característiques i informar-ne amb explicacions veritables i argumentacions coherents a tots aquells que puguin ser parts interessades: inversors, entitats bancàries...

Per tant, el pla d'empresa és necessari com a targeta de presentació del projecte d'iniciativa empresarial:

1.Presentació del projecte: Dades personals dels promotors, motivacions i origen de la idea de negoci i descripció de l'activitat.

2.Estudi de mercat: Característiques i tendències de mercat, anàlisi de la demanda i anàlisi de la competència.

3.Pla de màrqueting: Producte, preu, promoció i distribució.

4.Pla operatiu: Descripció del procés de fabricació, recursos necessaris, selecció de proveïdors i pla de vendes.

5.Aspectes legals: Elecció de la forma jurídica, tràmits d'inici de l'activitat, descripció de les obligacions legals (fiscals, comptables, laborals...), normativa aplicable i estudi de salut laboral i riscos laborals.

6.Pla econòmic i financer: Pla d'inversió i de finançament, previsió de tresoreria, estats financers provisionals (balanç i compte de pèrdues i guanys)

- **Viabilitat legal: elecció de la forma jurídica. Principals formes jurídiques de l'empresa (empresa individual, societat limitada, societat anònima i les cooperatives) segons costos i responsabilitat.**

Elecció de la forma jurídica

Els aspectes que s'han de considerar per decidir-ne la forma són els següents:

- Responsabilitat davant de tercers: La responsabilitat pot ser limitada (com a màxim s'arrisca el capital aportat) o il·limitada (s'arrisca tot el patrimoni personal dels socis)
- Capital necessari: Hi ha formes jurídiques d'empreses que imposen l'aportació d'un capital mínim.
- Nombre de socis: Hi ha formes jurídiques que imposen un nombre mínim de socis.
- Tipus de règim fiscal

Diferents tipus d'empreses determinen la fiscalitat o el pagament d'impostos de la societat.

Principals formes jurídiques

Tipus	Socis	Responsabilitat	Capital	Tributació
Empresa individual	1	Il·limitada	No hi ha capital mínim	IRPF, tributant de forma personal a la renda dels

				socis (rendiment per activitats econòmiques)
Societat de responsabilitat limitada	1 o més	Limitada al capital aportat	Mínim de 3.005,06 €	IS
Societat limitada nova empresa	Màxim 5	Limitada al capital aportat	Mínim de 3.012€ i màxim de 120.202€	IS
Societat anònima	1 o més	Limitada al capital aportat	Mínim de 60.101,21€	IS
Societat cooperativa	De 2 a 5 segons el tipus de cooperativa	Limitada al capital aportat	Mínim fixat en els estatuts	IS

- **Viabilitat comercial del projecte empresarial. L'estudi de mercat. Anàlisi DAFO. Pla de marketing. Estratègies per cada variable del marketing mix**

La viabilitat comercial tracte de verificar que el producte tingui possibilitats de vende i de desenvolupament en el mercat.

Els elements fonamentals d'un estudi de mercat són:

- **Anàlisi de l'entorn general:** Cal estudiar tot el que l'envolta a l'empresa en diversos aspectes, com ara l'entorn legal, l'entorn econòmic, el tecnològic i el social
- **Anàlisi de la competència:** Estudiar el conjunt d'empreses amb les quals comparteix el mercat del mateix producte i lluitar per captar l'atenció dels consumidors
- **Anàlisi dels consumidors:** Estudiar el comportament dels consumidors, les seves necessitats i la manera de satisfer-les així com també els seus hàbits de compra
- **Estudi de la localització**

Anàlisi DAFO

Factors interns	Factors externs
<i>Debilitats:</i> aspectes del projecte empresarial en què la competència esdevé superior	<i>Amenaces:</i> Impediments i dificultats de l'entorn
<i>Fortaleses:</i> Aspectes del projecte empresarial en què se supera la competència	<i>Oportunitats:</i> Possibilitat d'explorar un valor afegit o un avantatge comparatiu

Pla de màrqueting

En el pla de màrqueting s'indiquen les dues línies principals:

- Determinar el segment de mercat en què haurà d'actuar l'empresa
- Delimitar les variables del màrqueting total: producte, preu promoció i distribució.

- **Viabilitat econòmica: concepte i càlcul del punt mort o llindar de benefici (annex 6)**

Aquesta implica comprovar si l'activitat de l'empresa permetrà generar beneficis o no. Per verificar aquest fet cal tenir una idea clara de l'estructura de costos i ingressos de l'empresa. Cal determinar una estimació dels aspectes següents:

- **Costos fixos:** els que no varien amb el volum de producció (lloguer local, amortització de la maquinària o mà d'obra personal administratiu)
- **Costos variables:** els que són proporcionals al volum de producció, com el consum de matèries primeres.
- **Preu de venda del producte:** objecte de l'activitat de l'empresa, que inclou el marge de beneficis d'acord amb l'elasticitat de la demanda i de la competència.

Amb aquestes informacions s'utilitza una eina que ajuda a determinar la quantitat mínima de producte que s'ha de vendre per no tenir pèrdues (costos totals producció=ingressos totals). Això és el **llindar de rendibilitat o punt mort** de l'empresa definit com la quantitat de producció venuda a partir de la qual es comença a obtenir beneficis, expressió del qual és: $Q^* = CF/P - CV$

- **Viabilitat financera: anàlisi de la inversió. Pla d'inversions i finançament.**

La viabilitat financera del projecte d'iniciativa empresarial està determinada en primer lloc per la planificació i la relació entre dos factors:

- Inversions de l'empresa: Maquinària, local, instal·lacions, equipaments informàtics...
- Finançament de les inversions: Capital aportat pels socis, préstecs i crèdits bancaris, crèdits dels proveïdors...

Per aquesta raó cal organitzar una planificació conjunta: un pla d'inversions i un pla de finançament totalment relacionats entre si.

Pla d'inversions i pla de finançament

Les necessitats del pla d'inversions que s'inclou en el projecte empresarial estan determinades, per una part, per la xifra de vendes o nivell d'activitat que es preveu, i per altra, per la tecnologia disponible per als equips productius. Un cop determinat el nivell d'activitat i elegida la tecnologia que s'utilitzarà, el pla d'inversions detallarà, element a element, els components de l'estructura de l'actiu amb la quantificació monetària corresponent i amb la indicació del moment de la seva adquisició

El pla de finançament inclou l'estructura financera inicial de l'empresa, amb especificació de les diferents fonts de passiu necessàries per a fer front al desemborsament inicial en funció dels requeriments i característiques especificades en el pla d'inversions, i definint les quantitats que s'han d'obtenir amb recursos propis i aliens.

- **Viabilitat tècnica i mediambiental**

Viabilitat mediambiental: Donada a la importància que ha pres la protecció del medi ambient, aquest apartat de la viabilitat en una gran majoria d'activitats esdevé una variable crucial i definitiva. Per a un emprenedor la conservació del medi ambient no és únicament una obligació que s'ha d'assolir quant a la viabilitat. També es tracta d'una oportunitat que no es pot deixar de considerar. Respectar el medi ambient és molt important per tal que el projecte empresarial sigui sostenible i viable amb relació al seu entorn natural.

També hi ha altres àmbits, en els quals es pot estudiar la viabilitat del projecte d'iniciativa empresarial, com la **viabilitat tècnica**. Aquesta es refereix a comprovar que la tecnologia, la maquinària i els equipaments productius són suficients per suportar l'activitat empresarial amb eficàcia i qualitat.

