



## BLOC 1

# De la idea a l'oportunitat: creativitat i anàlisi de l'entorn

---

*Tota empresa comença sent una idea, però  
no tota idea arriba a ser una oportunitat. La  
diferència la marquen dos coses: la  
creativitat amb què es genera i l'entorn real  
en què hauria de viure.*



Temps estimat de lectura: ~20 min · Sabers (Decret 108/2022): B1.3.1, B1.3.2, B1.3.3, B1.3.4 · Prerequisits: Unitat 1 (la persona emprenedora i el procés emprenedor). En acabar esta unitat sabràs: Diferenciar una idea d'una oportunitat i avaluar oportunitats per al teu projecte.

“

*Tindre una idea no és el mateix que tindre una oportunitat de mercat. Una idea es convertix en oportunitat quan hi ha un grup d'usuaris amb un dolor real i disposició a pagar —o valorar d'alguna manera— la solució.*



EL CAS

# Filmin: 600.000 subscriptors competint amb Netflix sense competir amb...

En la Unitat 1 vas veure que emprendre comença per una actitud: mirar l'entorn buscant necessitats sense cobrir. Ara toca fer el pas decisiu d'este curs, el que posa en marxa el teu projecte: convertir eixa mirada en una idea concreta i comprovar que eixa idea és de veritat una oportunitat.

*Com es veu una oportunitat de mercat que les plataformes gegants no veuen?*



§1

# De la idea a l'oportunitat

---



# Idea i oportunitat de negoci

La majoria de projectes no naixen d'un invent revolucionari, sinó d'una molèstia concreta que algú decidix resoldre. L'error més comú en començar és enamorar-se d'una idea abans de comprovar que respon a una necessitat real. Per això, el primer és separar dos coses que semblen el mateix i no ho són.



§ 2

# La creativitat aplicada a generar la idea



# La creativitat és un mitjà, no l'objectiu

Hi ha la creença que la creativitat és un do amb què es naix. La investigació diu una altra cosa: s'assembla més a una habilitat que a un do. Depén de tècniques, d'hàbits i de pràctica. Per al teu projecte, això és una bona notícia: encara que ara penseu que "no se'ns ocorre res", aplicant un mètode eixiran idees.





§ 3

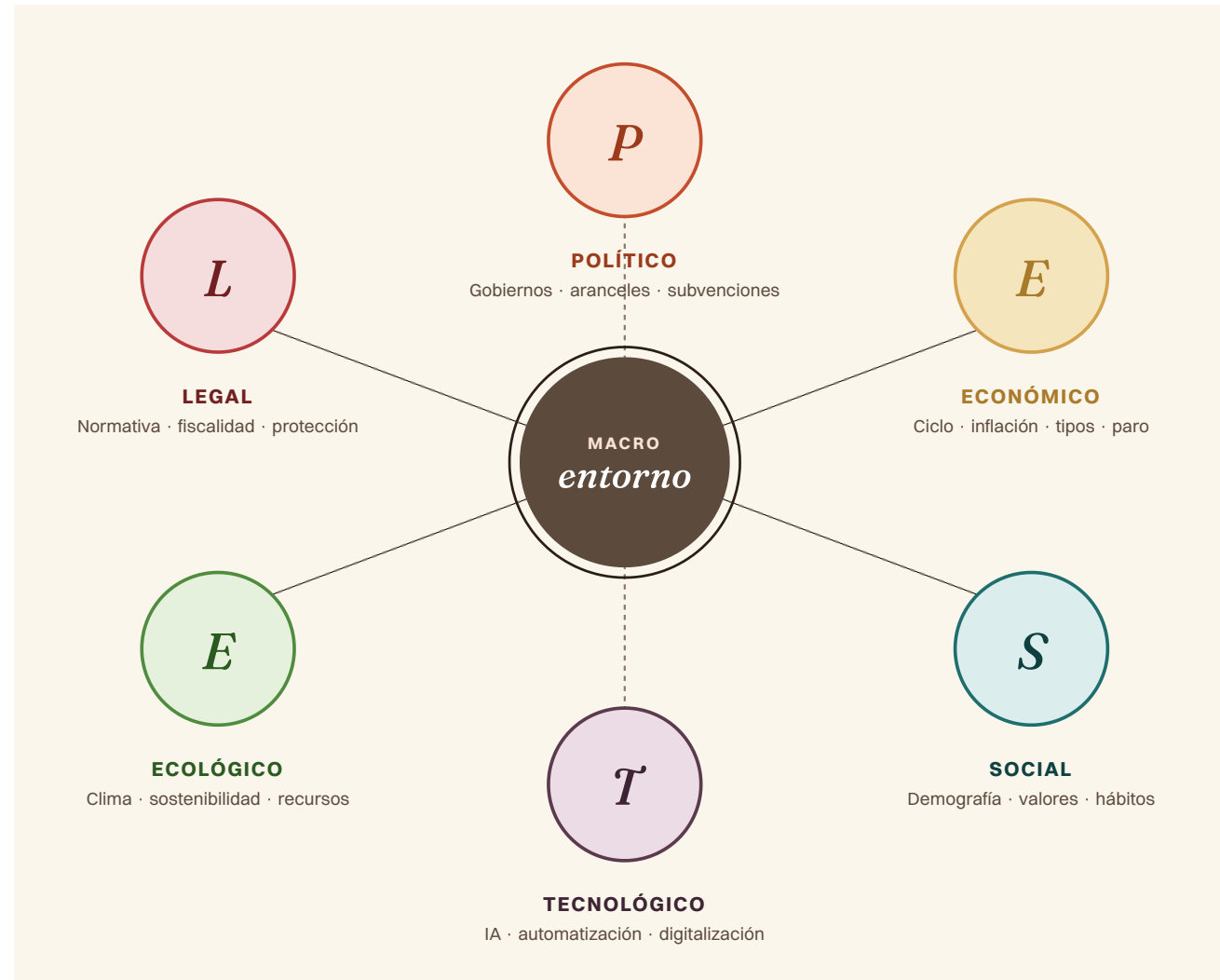
# Analitzar l'entorn: PESTEL

---



Una idea no viu en el buit: hauria de funcionar en un entorn real, amb lleis, modes, tecnologia i condicions econòmiques concretes. Abans de comprometre el curs sencer amb una idea, convé mirar eixe entorn amb un mètode. L'eina clàssica per a l'entorn general és l'anàlisi PESTEL.

## Les sis dimensions de l'anàlisi PESTEL de l'entorn general.





| Factor | Pregunta per al teu projecte | Exemple | | --- | --- | -  
-- || Polític | Quines decisions públiques o ajudes afecten la  
idea? | Subvencions a emprenedors jóvens, normativa  
municipal || Econòmic | Com està l'economia de la zona i el  
poder adquisitiu? | Atur local, turisme de temporada, renda  
mitjana del barri || Sociocultural...



# PESTEL no és omplir sis caselles per omplir

El que és important d'un PESTEL no és escriure alguna cosa en cada factor, sinó quedar-se amb els dos o tres factors que de veritat condicionen la teua idea. Un projecte de menjar a domicili dependrà molt del factor tecnològic i legal (sanitat); un de productes artesans, del sociocultural i l'econòmic.



§ 4

# Analitzar el projecte i el seu entorn: DAFO

---

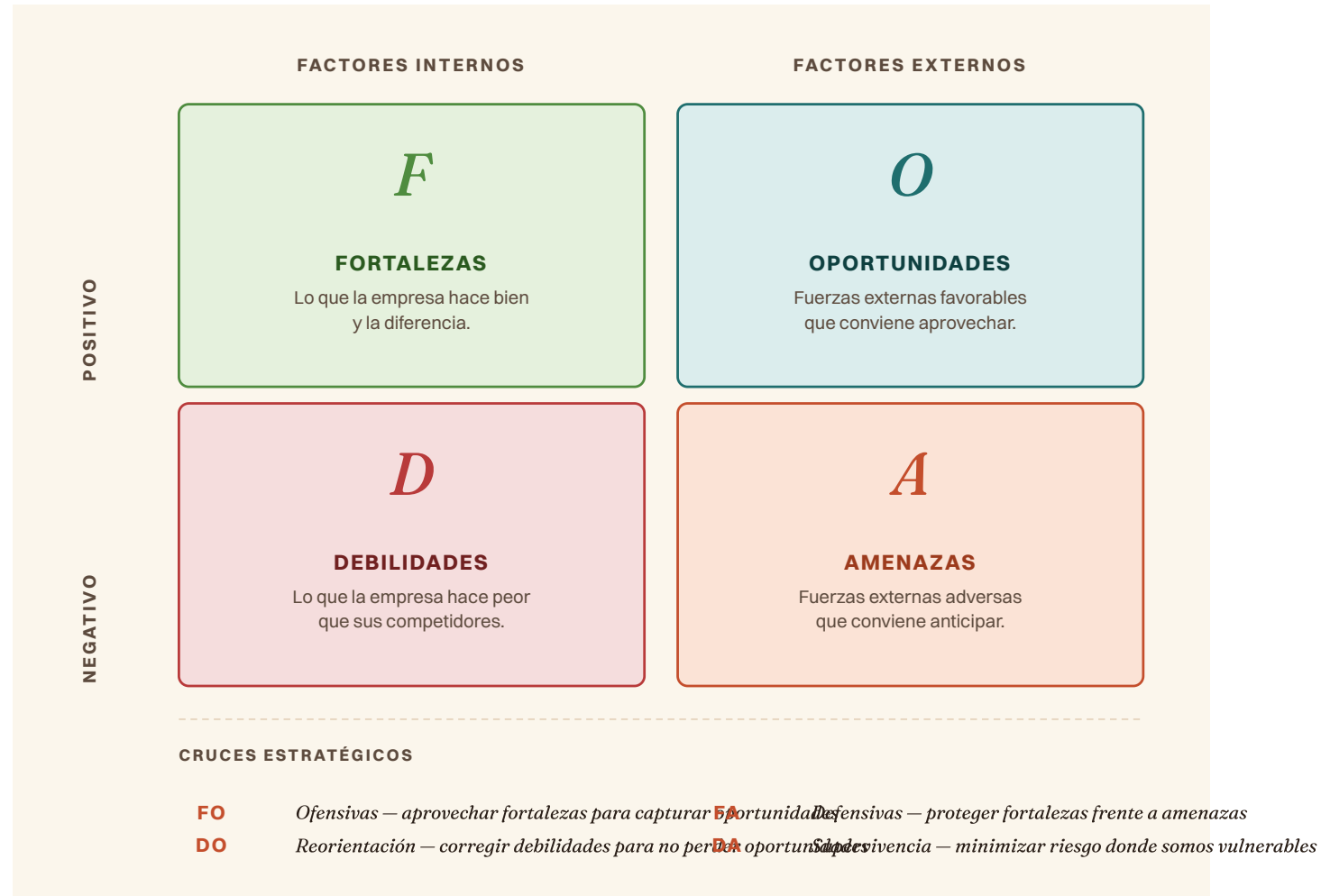


# DAFO del projecte

El PESTEL mira l'entorn general, el més llunyà. El DAFO baixa al terreny concret del teu projecte: creua el que ve de dins (el que depén del teu equip i la teua idea) amb el que ve de fora (el mercat, els competidors, l'entorn), i el positiu amb el negatiu. El DAFO del projecte creua quatre caselles.

## EL GRÁFICO

La matriu DAFO creua factors interns i externs, positius i negatius, i de cada parell naix una estratègia.







§ 5

# Externalitats: triar la idea amb sensibilitat social

---



# Externalitats

Hi ha un criteri d'elecció que el currículum de GPE exigeix i que no sol aparèixer en els manuals d'empresa a l'ús: l'impacte que el teu projecte tindria sobre la gent i sobre l'entorn. No tota idea rendible és desitjable. Abans de tancar l'elecció, cal mirar les seues externalitats. Filmin no va competir amb Netflix;



§ 6

# Glossari

---



Idea de negoci: ocurrència sobre un producte o servei que es podria oferir, encara sense comprovar si respon a una necessitat real. Oportunitat de negoci: idea que respon a una necessitat real, és valorada per algú disposat a pagar i és realitzable amb els recursos disponibles.



§ 7

# Per a aprofundir



Si esta unitat t'ha interessat, ací van alguns recursos per a anar més enllà. No cal dominar-los per a seguir el curs, però amplien la mirada: Generació de models de negoci, d'Alexander Osterwalder i Yves Pigneur (Deusto, 2011).



§ 8

# Preguntes per a reflexionar

---



# De zero a empresa

Estes preguntes no tenen una resposta única. Servixen per a discutir a classe o per a pensar en tancar la unitat: Pensa en una molèstia que visques sovint a la teua localitat.



# *Fins aquí la teoria*

Continua al llibre de la unitat.