

BATXILLERAT · PEB · UNITAT 2

La idea de negoci i el seu entorn

Oportunitat, entorn, client, mostra i elecció de la idea

2

PER COMENÇAR

En aquesta unitat aprendràs a...

- 🔍 Detectar necessitats i oportunitats a partir de l'observació, l'entrevista i les dades.
- 💡 Generar idees amb tècniques de creativitat i triar-ne una amb una matriu de decisió.
- 🌐 Analitzar l'entorn d'una idea amb el PESTEL i les cinc forces de Porter, i resumir-lo en un DAFO.
- 🧑‍🤝‍🧑 Descriure el client amb un mapa d'empatia, estimar l'interès declarat amb una mostra i un qüestionari digital i contrastar-lo amb una conducta de pagament.
- 🎯 Redactar una proposta de valor i comparar models de negoci.

SITUACIÓ DE PARTIDA · CAS FICTICI

Una situació de partida



És octubre al **CIFP Valdeluz**. L'Aldara ha acceptat provar la reposició programada, però vol saber una cosa més abans de comprometre's: si algun despatx contractaria i pagaria la reposició programada a un preu concret. La Itziar ha visitat deu despatxos de la zona i sis han mostrat un interès verbal, però encara no hi ha cap evidència de compra. El Tiago hi veu un senyal d'èxit; la Nayara, un senyal que cal seguir preguntant; el Celso, una pregunta sense resposta. Tu, mentrestant, has de passar de tres idees vagues a una idea triada amb dades. Quan acabis la unitat podràs decidir quina mereix el teu temps i explicar per què.

❓ **Pensa en una necessitat que tinguis a prop i que ningú cobreixi bé. Com comprovaries que no ets l'única persona que la té?**

❓ **Sis de deu persones diuen que un servei «els interessa». Quantes creus que el pagarien? Com ho esbrinaries?**

❓ **Quines coses de fora de la teva empresa, com les lleis, l'economia o la tecnologia, poden fer que una bona idea funcioni o fracassi?**

MAPA DE LA UNITAT

El que veurem

- **2.1** Creativitat i oportunitats de negoci
- **2.2** L'entorn de la idea: PESTEL i cinc forces de Porter
- **2.3** El client: mapa d'empatia
- **2.4** Mostreig i recerca de mercats
- **2.5** DAFO, models de negoci i elecció de la idea

Tres maneres de detectar necessitats



Observació

Mirar què fa la gent, sense dades identificatives.



Entrevista

Preguntar pels fets: «què vas fer l'última vegada?».



Dades

Dimensionen la necessitat; les entrevistes en diuen les causes.

CLAU

Una necessitat és oportunitat si **algú la pot pagar**.

PESTEL: sis factors de l'entorn

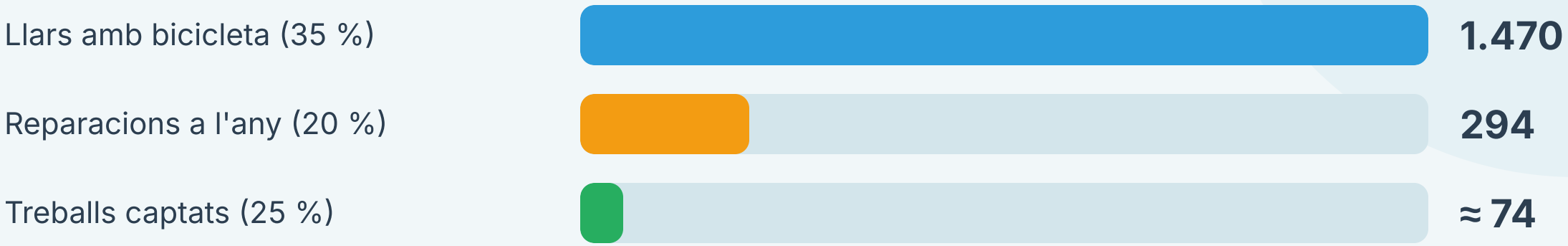
FACTOR	EXEMPLE	PREGUNTA
Polític	Ajudes de l'ajuntament	Ho afavoreix o ho frena?
Econòmic	Renda, preus, interessos	Quant poden gastar?
Social	Costums, edat	Qui ho vol?
Tecnològic	Eines digitals	Què permet o substitueix?
Ecològic	Residus, energia	Quin impacte té?
Legal	Normes que obliguen	Què cal complir?

CLAU

Per a cada factor, busca **una dada** i marca oportunitat o amenaça.

Un taller que ingressa 2.058 €

Despesa anual en reparacions d'un barri de 4.200 llars: quant en pot captar el taller?



Dades inventades del llibre.

CLAU

294 × 28 € = 8.232 € l'any; el 25 % són **2.058 €**: no basta per a un local.

Interès declarat i pagament real



El que diuen

- 6 de 10 despatxos diuen que els interessa
- 3 esmenten un preu
- Es pregunta i es respon fàcilment

VS



El que fan

- 1 de 6 fa un avançament simulat de 15 €
- 16,7 %, però sense pagament real
- La conducta és l'evidència

CLAU

Interès no és pagament: **compta la conducta**.

Matriu de decisió · tres idees

CRITERI (PES)	A REPOSICIÓ	B KITS	C RECOLLIDA
Necessitat real (30 %)	4	3	5
Es pot fer amb el que hi ha (25 %)	4	5	2
Benefici social i ambiental (20 %)	4	3	5
Ingressos possibles (25 %)	3	2	2
Puntuació	3,75	3,25	3,50

CLAU

Els pesos es fixen **abans** de puntuar. Guanya la A, però la diferència és petita.

La proposta de valor en una frase

1. **Ajudem...** un client concret
2. **que té...** un problema real
3. **a aconseguir...** un resultat
4. **mitjançant...** el que oferim
5. **a diferència de...** l'alternativa

CLAU

Si no pots completar la frase, **torna a les entrevistes**.

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

En una mostra aleatòria de 80 clients, 52 diuen que sí. Quina és la proporció de «sí»?

A 52 %

B 65 %

C 80 %

✔️ 52 ÷ 80 = 65 %, amb un marge d'error orientatiu d'uns 10,5 punts al 95 %.

REPÀS

Idees clau

- **Detectar oportunitats.** Necessitat i oportunitat, observació, entrevista i dades, creativitat i matriu d'impacte i esforç, fonts d'idees: problemes, tendències i recursos propis.
- **El client.** Persona client, mapa d'empatia, segmentar: a qui serveixes primer.
- **Triar la idea.** DAFO i models de negoci, matriu de decisió i proposta de valor, pesos, sensibilitat i decisió justificada.
- **L'entorn de la idea.** PESTEL, cinc forces de porter, avantatge competitiu, factors externs que no controles.
- **Recerca de mercats.** Població, mostra i mostreig, qüestionari digital i marge d'error, fonts secundàries i primàries.

PER ACABAR

Per pensar

1 Quina necessitat real has observat que algú pagaria per cobrir? Quina evidència en tens, més enllà del «m'agrada»?

2 Quina pregunta tendenciosa has fet o t'han fet? Com la reformularies perquè preguntés per fets?

3 Quins pesos donaries als criteris de la teva matriu i per què els fixaries abans de puntuar?



Ara et toca a tu!

Repassa, practica i comprova el que has après.

📝 **Resum**

✅ **Test**

👆 **Interactius**

Llibre, presentacions, resums i tests gratuïts a **josesande.com**