Unitat 2 · La idea de negoci i el seu entorn

Resum · Llibre de l'alumnat, pàgs. 25–40

Una **oportunitat de negoci** és una necessitat que es pot atendre amb recursos raonables i té qui la pagui. Es detecta amb observació, entrevista i dades, i les tècniques de creativitat i la **matriu d'impacte i esforç** ajuden a generar-ne i triar-ne. L'**entorn** s'analitza amb el **PESTEL**, que ordena sis factors, i amb les **cinc forces de Porter**, que mesuren la pressió dels competidors, nous entrants, substituts, clients i proveïdors sobre el marge. El **mapa d'empatia** descriu un client tipus amb allò que pensa, veu, diu, fa, els seus dolors i els seus guanys. La **recerca de mercats** combina fonts secundàries i primàries; una **mostra** aleatòria permet estimar una proporció amb un **marge d'error**, però l'interès declarat no és pagament i una mostra de conveniència és esbiaixada. El **DAFO** creua factors interns i externs per decidir, i la **matriu de decisió** compara idees amb criteris ponderats abans de mirar el resultat. La **proposta de valor** resumeix en una frase el client, el problema, la solució i l'alternativa, i el **model de negoci** (venda directa, subscripció, freemium o plataforma) fixa com es cobra. Les dades d'un qüestionari es llegeixen amb prudència: la proporció, el marge d'error i la taxa de resposta diuen fins on arriba la conclusió i quina prova falta abans de gastar. Tot això serveix per a la fitxa P2: decidir amb dades quina idea mereix el teu temps.

Detectar oportunitats

- Necessitat i oportunitat
- Observació, entrevista i dades
- Creativitat i matriu d'impacte i esforç
- Fonts d'idees: problemes, tendències i recursos propis
- Filtrar: viabilitat, demanda i impacte

L'entorn de la idea

- PESTEL
- Cinc forces de Porter
- Avantatge competitiu
- Factors externs que no controles

El client

- Persona client
- Mapa d'empatia
- Segmentar: a qui serveixes primer

Recerca de mercats

- Població, mostra i mostreig
- Qüestionari digital i marge d'error
- Fonts secundàries i primàries

Triar la idea

- DAFO i models de negoci
- Matriu de decisió i proposta de valor
- Pesos, sensibilitat i decisió justificada

ON S'EXPLICA EN EL LLIBRE

- **2.1** Oportunitat · 27–28
- **2.2** Entorn · 29–30
- **2.3** El client · 30–31
- **2.4** Recerca · 31–33
- **2.5** DAFO i elecció · 33–34

Material complementari del llibre de l'alumnat. Les persones, empreses i situacions dels casos són fictícies, tret que s'indiqui una altra cosa.