



Sessió informativa sobre com crear un despatx d'economistes

Dr. Pere Segarra Roca

Càtedra d'Emprenedoria de la URV
i de la xarxa URV Emprèn

Reus, 1 de Desembre de 2014

I després de la universitat, la alternativa...

A BUSCAR OCUPACIÓ

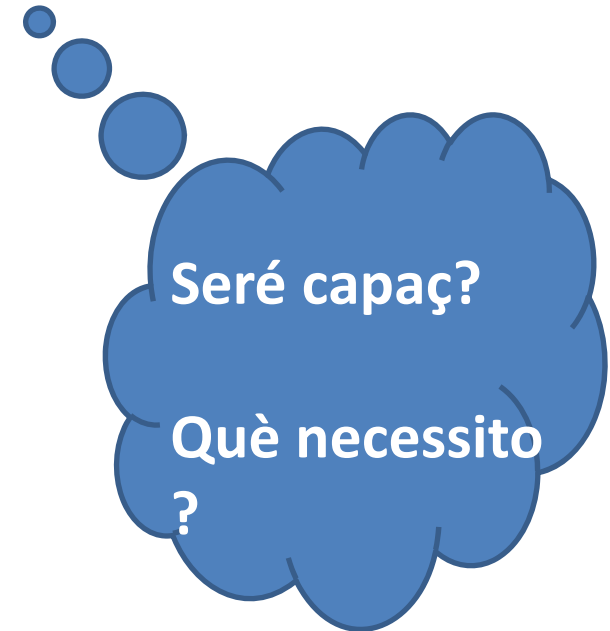


I després de la universitat, la alternativa...

OCUPACIÓ



AUTOOCUPACIÓ



Objectiu d'aquesta sessió

- Mostrar que hi ha molts camins
- Constatar que allò que has estudiar serveix para algo
- Exposar experiències que demostren com quan un/a vol alguna cosa ho pot aconseguir
- Que la major felicitat s'obté quan realitzem els nostres propis projectes
- Que la formació ens fa autosuficients per autocupar-nos
- Que estudiar a la Facultat d'Economia i Empresa val la pena

Tots les tenim ...



DUBTES



OPORTUNITATS

Les motivacions



Las raons per a emprendre



Necessitat 25 %



Oportunitat 75 %

Les actituds per a emprendre



Frustració

Il·lusió



El millor pla vital...

- Gaudir amb el que un/a fa
- Fer del nostre hobby la nostra professió
- Il·lusió, entusiasme, passió..., són garantia d'èxit dels nostres projectes

No tots els joves són iguals

Tipus A

- Vol treballar a una multinacional
- Horari de 8 a 15
- Millor: ser funcionari
- Viure be: bon cotxe, bona casa, casar-se, ser feliç eternament...
- Estalviar, invertir a la borsa

Tipus B

- Vol experimentar i acumular coneixement
- Certa propensió al risc
- No li importa l'horari
- Sap adaptar-se a la situació
- Té ambició sana
- No té por al fracàs
- Sap que té temps per a rectificar

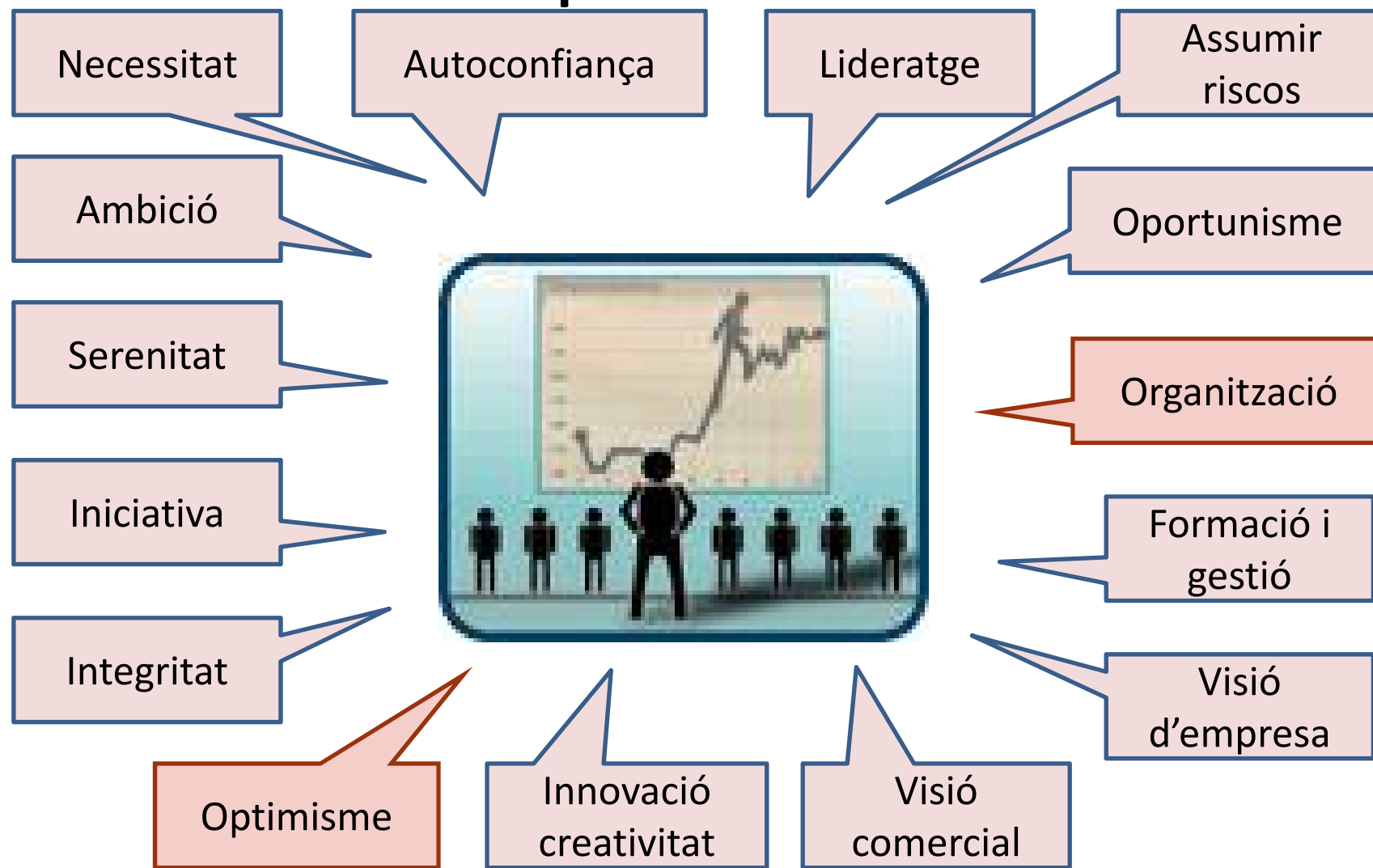
És important tenir idees clares...?



Conclusió....

- La il·lusió pot més que la idea...
- Si ho tens clar: llençat...!

De quina fusta són els emprenedors...



Què fa falta per crear una empresa

- Idea innovadora
- Necessitat del mercat
- Coneixement i visió global
- Equip i xarxes
- Finançament
- Pla d'empresa



El model de negoci

De quina forma obtindrem rendibilitat

Here's the latest conception (v2.0.5):



- Quines propostes de valor podem fer
- A qui poden interessar les nostres ofertes
- Cóm canalitzar les nostres propostes al mercat
- Amb quins arguments ho explicarem, per tal que ens entenguin
- Quins són els recursos imprescindibles
- Quines tasques son obligades per aconseguir el nostre objectiu
- Amb quins “partners” precisem establir relacions
- Quins són els nostres elements de cost
- Quines són les vies de generació d’ingressos

Què passa si no funciona..?
Cóm ho podem modificar..?

El pla d'empresa....

- Què volem fer
- Com ho farem
- Qui ho farem
- Quan ho farem
- Quant en farem
- On ho farem

1. Per conèixer be el nostre projecte de negoci
2. Per evitar problemes en el llançament real
3. Per explicar a tercers el que volem fer

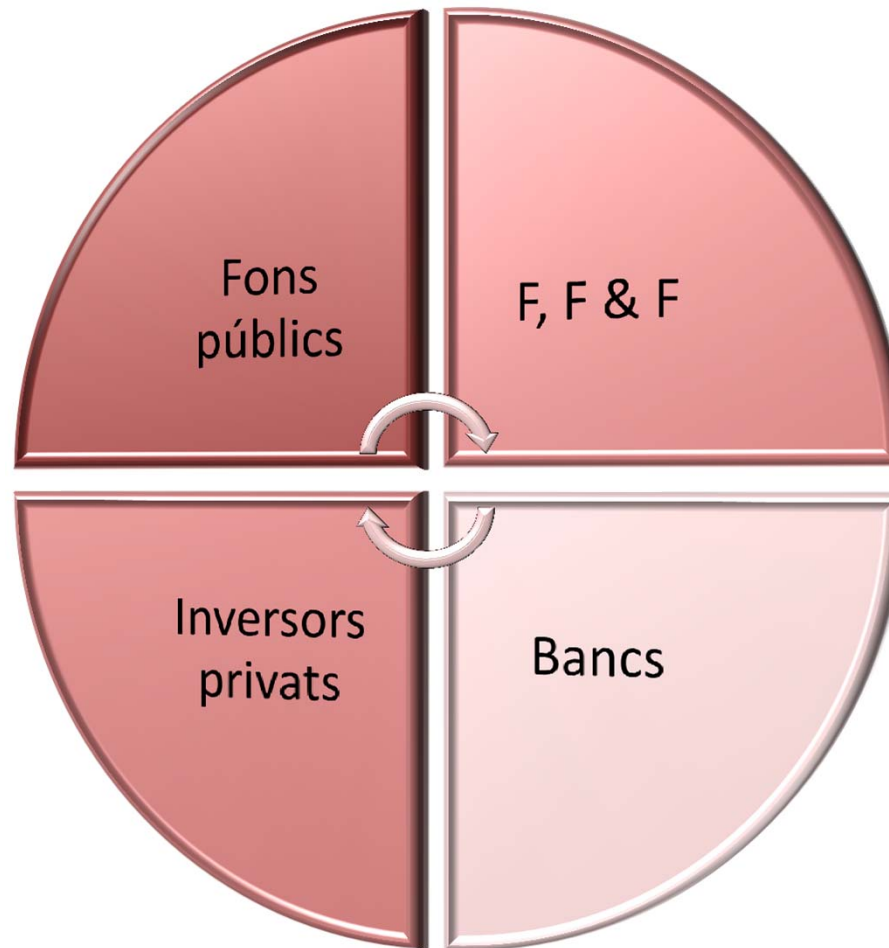
1. Resum executiu
2. Equip emprenedor
3. Concepte de negoci (Idea)
4. Prospecció del mercat
5. Previsió de vendes
6. Pla de comercialització
7. Pla d'operacions
8. Pla de recursos humans
9. Pla econòmico-financer
10. Implicacions jurídiques i fiscals

Recomanacions per començar...

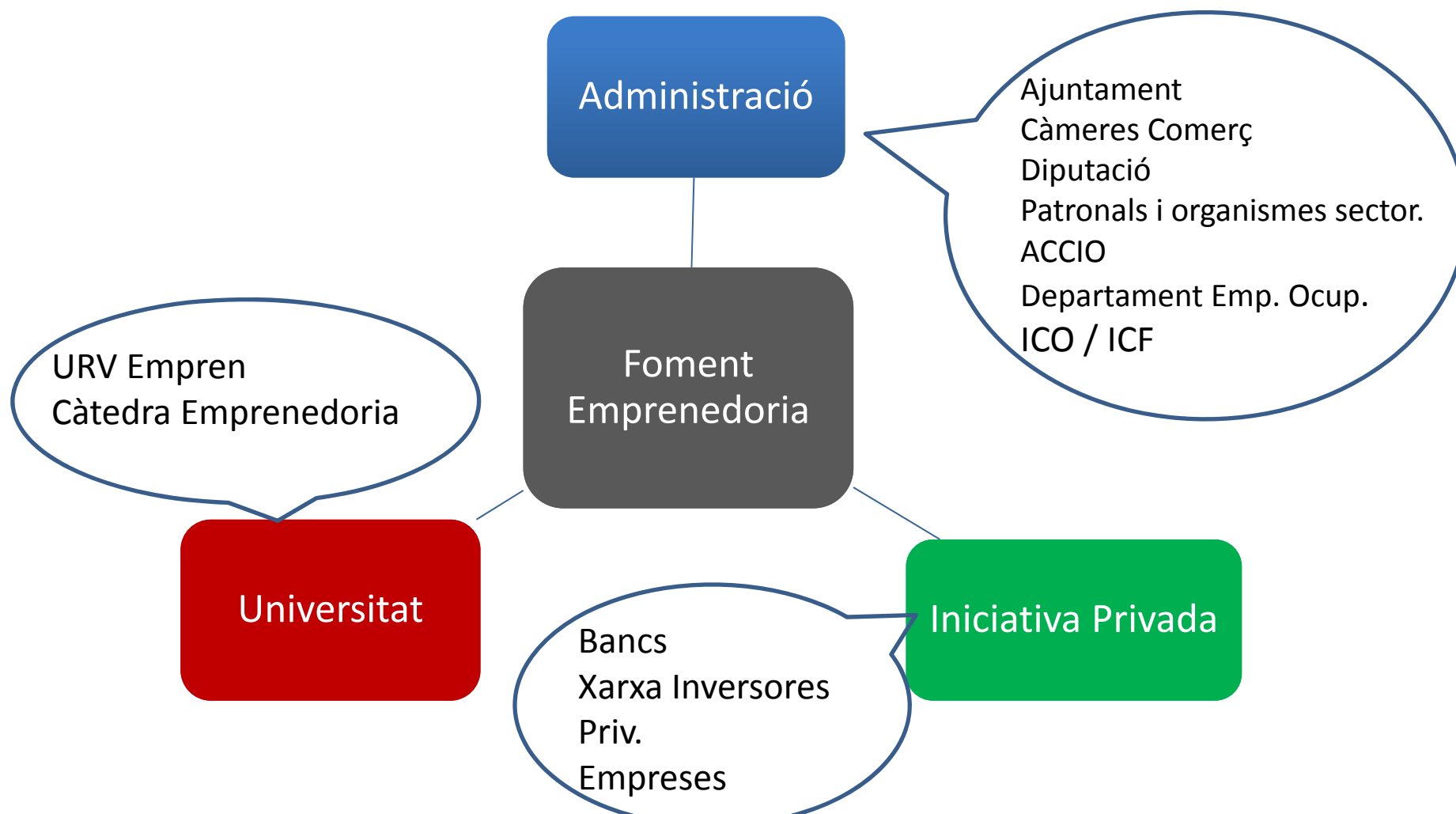
- Equilibri entre el mercat, l'equip i els recursos
- Protegir la idea de negoci, si és possible
- No desestimar la necessitat de capital inicial
- Tenir clar si cal tenir socis
- Demanar ajut i consell en els temes que no dominem
- Planificar bé les etapes de desenvolupament i fixar objectius parcials
- Abans de res, observar el mercat
- Qüestionar la forma de fer diners convencional
- Considerar que, malgrat mai no ho complirem, la planificació és necessària
- No perdre temps
- No perdre de vista, que l'eix vertebrador és el client



On obtenir recursos...



On obtenir ajuda....



El Col·legi d'Economistes de Catalunya



Col·legi d'Economistes
de Catalunya

*Al servei dels professionals
de l'economia i de l'empresa*

De què dependrà l'èxit..?

- L'actitud condiona el resultat
- La informació és vital
- Cal estar predisposat a córrer risc
- El “networking” i les relacions són essencials
- Captar les oportunitats al vol
- Planificar, i tenir un “Pla B”
- Fer un pla d'empresa: sí, però quan?
- Sobre tot, abans de res, provar i desenvolupar el model de negoci
- L'objectiu és tenir clients
- El client és el centre de tot
- “Pivotar” el model de negoci fins trobar el model de client
- Desenvolupar el client, no el producte
- No perdre temps, aplicar la filosofia LEAN



URV emprèn Ells ho van aconseguir...

Cristòfol Colom tenia una idea de risc, havia de convèncer als seus inversors, però tenia il·lusió i tenacitat per a fer-ho.



Pep Guardiola tenia una idea de futbol diferent de l'habitual. L'entorn de la seva empresa i el seu mercat no el creien, però la seva persistència va poder més.





Moltes gràcies..!

pere.segarra@urv.cat