

EMPREDADOR/ORA SOCIAL

Els empredadors socials són aquells que creen una empresa per solucionar un problema social existent, de manera rendible i sostinguda en el temps. Descobreixen una oportunitat de negoci que contribueix a millorar la vida de les persones, és a dir, aprofiten l'activitat empresarial per transformar una realitat social.

Tenen tres objectius:

Social

Mediambiental

Econòmic

Exemple:

- 1- El Premi Nobel de la Pau Muhammad Yunus va fundar Grameen Bank i va crear els microcrèdits, petits préstecs que es concedeixen a petits empredadors/es que no poden anar als bancs tradicionals perquè no tenen cap garantia o aval.
- 2- Crear una empresa on el personal siguin persones amb risc d'exclusió social, amb la finalitat d'afavorir la seva reinserció en la societat.

Activitats:

A- Dos germans han creat el Mine Kafon, ("un balón que salva vidas").
Descobreix aquesta bonica idea empredadora amb fi social:

<https://bit.ly/BalónSalvaVidas>

<https://bit.ly/BolaDesmina>

B- Entra a la pàg. Web Ashoka: <http://spain.ashoka.org>.

Una xarxa internacional d'empredadors socials on el fundador va guanyar el Premi Príncep d'Astúries.

Es tracta d'una organització sense ànim de lucre que dona suport a futurs emprenedors socials. Descobreix quins són els seus líders del canvi: els emprenedors socials i els joves changemakers.

LA IDEA EMPRENEDORA

La clau de l'èxit dels bons empresaris està a generar, formular i posar en marxa **una idea creativa**. No té per què ser una troballa científica, sinó que en la majoria dels casos n'hi ha prou amb observar els costums de la nostra societat, detectar les necessitats no cobertes i oferir una resposta innovadora i satisfactòria.

A- Cerca a Internet resposta a les següents preguntes:

Com podem trobar una idea innovadora amb exemples.

Tipus d'innovació.

Treballa i fórmula la teva idea.



TROBAR UNA IDEA INNOVADORA ÉS POSSIBLE PER A TOTS, NO NOMÉS PELS CIENTÍFICS. A VEGADES, N'HI HA PROU AMB OBSERVAR L'EVOLUCIÓ DE LA SOCIETAT.

ON TROBAR NOVES IDEES DE NEGOCI?

CANVIS EN LA SOCIETAT:

A- PREOCUPACIÓ PEL COS I L'ESTÈTICA.

B- MÉS TEMPS PER L'OCI.

C- MILLORES EN L'HABITATGE, INTERÈS PER LA DECORACIÓ FUNCIONAL I CONFORT.

D- INCREMENT EXPONENCIAL DE L'INTERÈS PER LES NOVES TECNOLOGIES.

E- AUGMENT DE L'ESPERANÇA DE VIDA.

F- NOVES FORMES DE RELACIONAR-SE.

G- AUGMENT DE L'ADOPCIÓ DE MASCOTES.

H- CREIXENT PREOCUPACIÓ PER LA SEGURETAT.

I- PREOCUPACIÓ PEL MEDI AMBIENT.

J- INCREMENT DE GANES DE CELEBRAR-HO TOT: La festa dels 18 anys..25, 30, 40, 50...casaments "A lo grande ...excentricitats en les celebracions...

K- LA INFLACIÓ....sobretot en l'energia i aliments... recerca de l'econòmic... augment considerable de la demanda de panells solars... etc. electrodomèstics A.

Exemples:

1-L'any 2013 el fundador de WALLAPOP van renovar el concepte tradicional de mercat de carrer i el van convertir en una idea innovadora

RA1

gràcies a la seva forma de vendre: "Guanyar diners amb allò que no utilitzes".



**Innovar és també una actitud i valentia.
Consisteix a trencar motlles.**

Ex:

L'empresa internacional Star Registry porta des de 1979 localitzant estels i registrant-los amb el nom que elegeixen els seus clients.

A més a més, et donen un certificat tal com tu has batejat aquest estel amb el nom que has elegit i les coordenades de l'espai exterior on es pot localitzar.

TIPUS D'INNOVACIÓ: UNA IDEA INNOVADORA POT VENIR DE DIFERENTS MANERES:

Tipos de innovación

Innovación de producto

Se produce cuando aparece un nuevo bien o servicio en el mercado o cuando se han mejorado de forma significativa sus propiedades, la forma de utilizarse, las características técnicas, los componentes o sus materiales.

Innovación de proceso

Consiste en utilizar nuevos o mejorados procesos de fabricación, logística o distribución de los productos. Lo que experimenta una mejora significativa no es el producto en sí, sino la manera de obtenerlo.

Innovación en organización

Cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa con la finalidad de mejorar los resultados e incrementar la productividad.

Innovación de marketing

Utilización de un método de comercialización no empleado antes en la empresa, que puede consistir en cambios de diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, y cuyo objetivo será siempre incrementar las ventas.