

# EMPRENEDORIA

RECURSOS HUMANS i MERCAT DE TREBALL

# El recursos humans:

- (copia) es denomina Recursos humans (RR. HH.) al treball que aporta el conjunt dels empleats o col·laboradors d'una organització.
- Encara que el més freqüent és cridar així al sistema o procés de gestió que s'ocupa de seleccionar, contractar, formar, emprar i retenir al personal de l'organització.
- Depenen d'un departament o responsable (si la mida de la corporació ho permet) que s'encarrega de seleccionar els treballadors (a partir del seu currículum vitae, entrevistes o proves diverses d'idoneïtat), gestionar els seus sous i incentius, decidir si cal formació interna, acomiadar els excedents i planificar polítiques per incrementar la productivitat o fidelitat dels empleats.

# El recursos humans:

- Aquestes tasques les pot exercir una persona o departament en concret (els professionals en Recursos Humans) al costat dels directius de l'organització. Aquest responsable pot tenir formació en psicologia, relacions laborals o altres estudis afins.
- L'objectiu bàsic que persegueix la funció dels recursos humans amb aquestes tasques és alinear les polítiques de RH amb l'estratègia de l'organització, el que permetrà implantar l'estratègia a través de les persones.
- Per poder executar l'estratègia de l'organització és fonamental l'administració dels recursos humans, per la qual cosa s'han de considerar conceptes com ara la comunicació organitzacional, el lideratge, el treball en equip, la negociació i la cultura organitzacional.

# Els recursos humans:

## (còpia) Selecció de personal

És la primera qüestió que en relació amb el personal se li planteja a l'empresa.

- La selecció que ha de donar-se tant per a l'entrada del personal en l'empresa com per afectar el personal admès als diferents llocs de treball a cobrir.

En el procés de selecció de personal es decideix si es contractarà o no als candidats oposats en la cerca realitzada prèviament.

Per tant una persona qualificada és una persona preparada, capaç de realitzar un determinat treball, que disposa de totes les competències professionals que es requereixen en aquest lloc.

# Els recursos humans:

(còpia) Selecció de personal

Aquesta selecció té diferents passos:

- 1.- Determinar si el candidat compleix amb les competències mínimes predeterminades per al lloc de treball
- 2.- Avaluar les competències relatives dels candidats que van passar l'etapa anterior, per mitjà d'avaluacions tècniques i / o psicològiques
- 3.- Assignar «rating» a les avaluacions efectuades en el punt anterior.
- 4.- En funció de com s'ha puntuat, decidir a qui se li oferirà el lloc.

Rating = classificació, ponderació i puntuació de les dades obtingudes.

Per realitzar el procés de selecció de personal s'han de dissenyar diferents proves i tests de confiança on el postulant demostrï si és capaç de realitzar el treball. Al seu torn, aquests instruments s'han de validar pel que fa als continguts de coneixements que els candidats han de tenir i quant a la pràctica, en l'aplicació d'aquests continguts.

# EL MERCAT DE TREBALL:

(còpia) Per a aconseguir als millors preparats per a la nostra empresa hem de buscar als nostres treballadors al **mercat de treball**

- **El mercat de treball** està constituït per l'oferta i la demanda de treball.
- **L'oferta de treball** seran tots aquells llocs de treball que les empreses vole cobrir amb personal.
- **La demanda de treball** són totes aquelles persones majors de 16 anys que volen treballar a canvi d'una remuneració. (salari)

# Els recursos humans:

(còpia)

- Però com sabem que hi ha que pagar-los?
- O quins drets tenen els nostres treballadors?
- O quines són les regles que hem de seguir?

Mitjançant la normativa laboral, com la constitució, l'estatut dels treballadors o el Conveni Col·lectiu.

Un conveni col·lectiu és un acord escrit pactat entre un grup d'empresaris (o organitzacions empresarials) d'un determinat sector laboral, d'una banda, i una o mes organitzacions sindicals (en representació dels treballadors) per altra.

En ell es regulen les condicions de treball i l'ocupació en aquell sector: dies de vacances, salaris mínims, horaris, descansos...

# Els recursos humans:

- **L'atur:** conjunt de persones amb ganes de treballar que no tenen un lloc de treball en el moment s'ha analitzat el mercat de treball. (per tant serà la població aturada)
- **Població ocupada:** aquelles persones que en el moment s'ha analitzat el mercat de treball estan treballant.
- **Població inactiva:** Aquells que en el moment s'ha analitzat el mercat de treball, tenen els requisits per a treballar i no volen. (estudiants, Mestresses de Casa...)

# El nostre pla.

- Activitat:

(còpia) En primer lloc hem de definir quins llocs de treball necessitaríem a la nostra empresa: (al menys has de contractar a dues persones)

*Qui treballarà?: Per exemple: Altres perruquers? Administratius? Auxiliars d'infermeria? Mecànics? Dependents?*

Quina titulació tindran?: per exemple: Cicle Formatiu de grau superior en... Grau en.... Graduat en....

# Activitat

- Una vegada definits els possibles llocs de treball caldrà buscar a la xarxa el seu conveni col·lectiu: *Per exemple. Conveni col·lectiu del sector del comerç.*

*Després hem d'omplir aquesta taula que incorporarem al pla:*

|                       | Conveni Col·lectiu |
|-----------------------|--------------------|
| Duració de la Jornada |                    |
| Vacances              |                    |
| Salari                |                    |
| permisos              |                    |
|                       |                    |
|                       |                    |
|                       |                    |

# Activitat

- Per últim ens guardarem el conveni col·lectiu al pendrive per incloure'l en forma d'annex al nostre pla.

# Emprenedoria

Els competidors

# Els competidors

- Els competidors són les empreses que venen el mateix producte que oferim i contra les quals competirem per les compres dels clients.

El grau de competència en un mercat sol marcar el nivell de preu i, com a conseqüència, la rendibilitat del sector.

Com més competidors hi hagi o si un dels competidors és molt potent, més pressió comercial i més dificultats hi haurà per sobreviure.

# Els competidors

Les vendes que aconseguix un emprenedor, en comparació del total de vendes del mercat del seu producte, és el que es coneix com **Quota de mercat**.

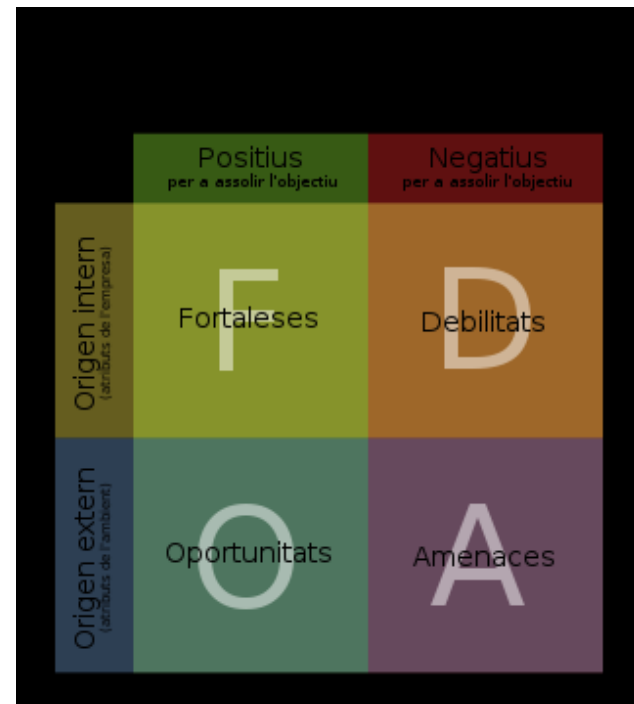
Exemple:

| Total vendes | Total vendes de la meva empresa | Quota de mercat de la meva empresa | Quota de mercat de la resta de competidors (tots) |
|--------------|---------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1000€        | 600€                            | 60%                                | 40%                                               |

L'emprenedor s'ha de fixar un objectiu de quota de mercat que sigui raonable i assequible (realitzable) (recorda la regla de les 4R)

# Els competidors:

- Com analitzem a la competència?
- Entre altres mètodes es sol utilitzar **L'Anàlisi DAFO**
- L'anàlisi DAFO és un mètode de planificació estratègica per a avaluar les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats d'un projecte.
- Ens ajuda a conèixer a nosaltres i a La competència.



# Els competidors

Activitat:

un emprenedor s'ha de fer aquestes preguntes i saber-les respondre.

Quins són els meus competidors? Busca'ls a la xarxa i descriu-los

Quins són els seus punts forts?

Quins són els seus punts febles?

En què em diferencio dels altres?

Com puc competir amb els altres?

# Emprenedoria

El màrqueting i la publicitat

# El pla de màrqueting

Un capítol imprescindible d'un pla d'empresa és l'elaboració d'un pla de vendes o pla de màrqueting.

Cal determinar: (entre altres qüestions)

- ✓ Com vendre el nostre producte
  - ✓ Donar-lo a conèixer
  - ✓ explicar com podran adquirir-los físicament o a través de quin canal podran fer-ho.
- 
- Els canals de venda són aquells espais o mitjans a través dels quals es pot tancar una operació de venda, cobrar el preu i entregar la mercaderia.

(si el negoci és una botiga, aquesta ja fa de canal)

# Tipus de canals

## **Canal de venda directa i física:**

La venda es fa a través de botigues físiques pròpies. Hi ha un venedor en un lloc determinat que fabrica un producte i un comprador que l'adquireix.

*Per exemple: comprar cava directament de la tenda de la fàbrica*

## **Canal de venda indirecta física:**

La venda es fa a través de un intermediari que revendrà el producte. A altres botigues o a bars...

*Per exemple: una persona ens compra el cava de la fàbrica i després el ven a un bar o en la seva tenda.*

## **Canal de venda directe virtual:**

venda a través de la xarxa, o per telèfon, correu...

*Per exemple: comandes a la fàbrica de cava per a consumir-lo directament*

## **Canal de venda indirecta virtual:**

Són els portals multimarca d'internet. Que no ofereixen els productes de la pròpia empresa sinó les de moltes altres, productes que tenen en stoc i dels quals en gestionen tant el cobrament com la tramesa.

Stoc: quantitat d'un determinat producte que es té emmagatzemat per a poder-lo utilitzar, tant de productes produïts com per a produir-los.

# El màrqueting mix (les 4p)

- El màrqueting mix és allò que fa referència a les característiques o eines de màrqueting que faran que allò que oferim es vengui millor o pitjor.
- També es coneix com les 4P's del Màrqueting.
  - — Producte (*Product*)
  - — Preu (*Price*)
  - — Comunicació (*Promotion*)
  - — Distribució (*Place*)



# EL MÀRQUETING MIX

## **Producte:**

Al món del Màrqueting, producte serà tot el tangible (béns mobles o objectes) com a intangible (serveis) que s'ofereix al mercat per satisfer necessitats o desitjos.

El producte és un paquet de característiques i beneficis que el client rep en adquirir el producte.

Aquest producte o servei ha de tenir característiques ben establertes com són colors, grandària, durada del producte o servei, etc.

# EL MÀRQUETING MIX

## **Preu**

Per elaborar el preu hem de determinar el cost total que el producte representa per al client inclosa la distribució, descomptes, garanties, rebaixes, etc

Cal tenir en compte que el preu també reflectirà el valor que té el producte per al consumidor.

Definir el preu dels nostres productes, ens permetran realitzar les estratègies adequades.

# EL MÀRQUETING MIX

## Distribució

- Aquest ítem, ens parlarà de com arriba el producte fins al client. El canal adequat.

Hem de definir en aquest cas: On es comercialitzarà el producte o el servei que s'està oferint?

La distribució és també important, perquè ens parlarà del moment i les condicions en les quals arribarà el producte a les mans del client.

# EL MÀRQUETING MIX

## Promoció

Comunicar, informar i persuadir al client sobre l'empresa, producte i les seves ofertes són els pilars bàsics de la promoció.

Per a la promoció ens podem valer de diferents eines, com: la publicitat, la promoció de vendes, relacions públiques i comunicació interactiva (mitjans com a internet).

# Activitat

- MARQUETING MIX:
- Imaginat que ets un empresari d'una empresa de joguines:
- **PRODUCTE**
  - Definint el Producte: Tria un producte que pugues oferir a la teva empresa. Descriu-lo . Com està compost? Necessites proveïdors?
  - Com el presentaràs als teus clients?
  - Qui serà el seu destinatari? (públic objectiu)
  - Defineixi que necessitats satisfà del teus clients
- **Preu**
  - Definint el Preu. Quant pagaran pel producte o servei? Qui és el preu de productes de la competència?
  - Defineix el seu preu per cost, sumeix tots els costos anteriors: Producte, promoció i plaça (distribució). Al nombre que li surti, sumi-li el percentatge d'utilitat que desitja adquirir.
  - En fixar el preu del producte o servei, és important comparar-ho amb el de la competència. Busqui al competidor correcte per comparar el preu.

- **Distribució**

- Com faré arribar el meu producte o servei al client?
- Defineix si oferiràs els seus productes directament o per mitjà de distribuïdors.
- Seleccioni si vendrà en un local o arribarà al domicili del client.

- **Promoció**

- Definint la Promoció
- Com ho coneixeran i compraran els clients?

Dins de la promoció pot fer anuncis en radio, televisió i periòdics.

Telemàrqueting per oferir els seus serveis o productes (crea una pàgina de facebook o de twitter. (fes captures de pantalla per a incloure-ho posteriorment).

# emprenedoria

Com trobarem treballadors?

# Com trobarem treballadors?

(còpia) Els treballadors/res en primer lloc si volen buscar feina primerament s'han d'inscriure en les oficines de treball de la Generalitat (OTG) del Servei d'Ocupació de Catalunya i que fa de pont entre treballadors i empreses.

Passen a ser persones actives recorda les diapositives anteriors)

Com a emprenedors, si necessitem contractar treballadors, podem adreçar-nos a les oficines de treball i utilitzar els seus serveis i portals d'ocupació per localitzar candidats. Però aquest no és l'únic canal per trobar treballadors.

## **Quants més coneixes?**

Anuncis en mitjans de comunicació (TV, ràdio, premsa)

Borses de treball

Per contactes

# Portals d'ocupació

- Els portals d'ocupació o de recerca de feina són espais de trobada que fan d'intermediaris entre les persones que busquen feina i les empreses que busquen candidats i que, habitualment, són gratuïts per als primers.

Portals generalistes:

[www.infojobs.com](http://www.infojobs.com)

[www.laboris.net](http://www.laboris.net)

<https://feinaactiva.gencat.cat/web/guest/home>

Portals especialitzats:

[www.informaticos.com](http://www.informaticos.com)

# Xarxes professionals

- Les xarxes socials estan convertint-se en la millor font d'informació per a conèixer treballadors.
- Les xarxes socials especialitzades al món del treball ens ofereixen un espai de trobada entre empresaris i candidats i poden oferir oportunitats de contactes. Són les anomenades xarxes professionals.
- Les més conegudes són:

LinkedIn [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) [https://www.youtube.com/watch?v=uKCmgDQ\\_-us](https://www.youtube.com/watch?v=uKCmgDQ_-us) (

Xing

Red Trabajar

# activitat

- **DADES:**

**Nom de l'oferta:** Per exemple: *AJUDANT DEPENDENT/A SANT BOI DE LLOBREGAT*

**Data publicació** *23/10/2017*

**Empresa** *COMERÇ SANT BOI DE LLOBREGAT*

**Província** BARCELONA Municipi

SANT BOI DE LLOBREGAT Codi Postal 08830

- **DETALLS DEL PROCÉS**

- **Descripció:** (del lloc de treball ofertat)

*Establiment de SANT BOI DE LLOBREGAT cerca ajudant dependent/a a jornada completa.*

- **Detall de les funcions del treball**

- Atenció al client i venda, elaboració d' entrepans i suport al servei de degustació.
- Disponibilitat per treballar a torns rotatius matí i tarda.
- Possibilitats continuïtat

# activitat

- **Requisits**

**Nivell Formatiu** ESTUDIS PRIMARIS COMPLETS

Idiomes    Parlat    Escrit

CATALÀ    SUPERIOR    SUPERIOR

- **Permisos de Conduir (SI CAL)**

- **Disponibilitat de vehicle**

- **Disponibilitat per a Viatjar**

- **Detall de l'experiència requerida:**

-Experiència mínima d' un any en atenció al client

-Valorable experiència en serveis de degustació i/o càtering.

- **Relació Laboral:**

Contracte LABORAL TEMPORAL Durada del contracte(mesos)

- **Tipus de Jornada:**

COMPLETA

JORNADA SETMANAL Nombre Hores :40h setmanals

- **Salari:**

des de 0€ Salari fins a...

- **Detall d'altres beneficis (si cal, com per exemple utilització cotxe empresa)**