

Treball de
recerca

DOS MONS SEMBLANTS



Batxillerat Social
Curs 2012/13

ÍNDEX

	Pàg.
Introducció.....	3
1-Conceptes general.....	5
2- Empresa.....	8
2.1-Tipus d'empreses.....	9
2.2-Forma jurídica.....	12
2.2.1-Empresari individual.....	13
2.2.2-Societat Limitada.....	15
2.2.3-Societat Anònima.....	17
2.3-Estructura i organització.....	19
2.4-Tràmits a seguir per crear una empresa.....	22
2.5-Direcció estratègica empresarial.....	26
2.5.1-Procés de la presa de decisions.....	28
3-Club esportiu.....	33
3.1-Estructura.....	34
3.2-Tràmits per crear un club esportiu.....	39
4-Part pràctica.....	41
4.1-Com un joc.....	42
4.1.1- Empresa i joc.....	48
4.1.2- Relació tàctiques d' escacs i decisions empresarials.....	51
4.1.3- Relació posicions i peces.....	54
4.2-Empresa i club esportiu, una sola realitat?.....	59
4.2.1- Anàlisi conjunta dels tràmits de creació.....	59
4.2.2-Les estratègies dels dos mons.....	61
5-Conclusions.....	64
6-Agraïments.....	67
7-Bibliografia.....	69

INTRODUCCIÓ

Tot escoltant la ràdio, vaig sentir una entrevista que li feien al senyor Miguel Illescas, gran mestre internacional d'escacs i vuit vegades campió d'Espanya, fent la presentació del seu nou llibre titulat "Jaque mate". Entre les possibles opcions que tenia en ment de tractar en el treball de recerca hi havia l'estudi de la relació entre el món esportiu i l'empresa , pel que escoltant l'entrevista vaig decidir aprofundir-hi.

D'entrada , les meves hipòtesis de partida són:

1. A priori el món esportiu i empresarial són mons totalment diferents, però en el fons penso que no ho són tant.
2. Les jugades dels escacs també s'apliquen en l'àmbit empresarial.
3. La importància de la creativitat en el món dels escacs i en el de l'empresa és la mateixa.
4. Es pot establir una relació entre els diferents nivells organitzatius d'un club esportiu i una empresa, així com també semblances en les decisions que prenen.

D'altra banda també em proposo:

- Intentar demostrar que les jugades tindran les mateixes conseqüències en ambdues parts.
- Saber l'equivalent de cada jugada en el món empresarial i si és possible establir una correspondència entre les peces i els nivells organitzatius.
- Procurar investigar si els passos a seguir en la creació d'una empresa i un club esportiu són els mateixos.

Per tal d'aconseguir verificar i/o refutar les hipòtesis , així com els altres aspectes que em proposo analitzar , he estructurat el treball en dos grans apartats:

La primera part del treball està composta per la part teòrica on aporto la informació necessària sobre les empreses i els clubs esportius per tal de posar en la pràctica aquesta informació en la segona meitat del treball.

A la part teòrica, esmento els tipus d'empreses que hi ha i em centro en l'explicació de les que em van semblar més senzilles per relacionar-les amb l'esport. Per altra banda, explico els tràmits de creació d'elles i dels clubs esportius. Finalment l'estructura, organització i l'estratègia empresarial, una de les parts més importants d' aquest treball.

En la segona meitat del treball s'estableixen relacions entre l'empresa i l'esport. S'hi diferencien dues parts:

- En la primera part de l'estudi, i per tal de simplificar el treball, em vaig centrar en els escacs, un esport individual on no cal una estructura organitzativa i per tant el seu estudi és menys complexa . Per això , m'ha permès aprofundir en la part estratègica, de jugades, i posicional. I de tot plegat se n'ha fet la connexió amb el món de l'empresa que era l'objectiu de partida de l'estudi.
- Per altra banda, la segona part consisteix en establir la relació entre l'estructura, presa de decisions, creació, estratègies... d'una empresa amb les d'un club esportiu des d'una perspectiva global.

Així doncs , el document que presento , “Dos mons semblants”, fa referència a dos mons que hi ha a la societat, l'esport i les empreses, que aparentment són molt diferents però que en el fons no ho són tant , o almenys , això és el que jo penso.

1-Conceptes generals

Abans de començar a tractar amb més profunditat els móns que anem a estudiar, cal concretar alguns conceptes bàsics que ens seran útils al llarg del treball.

Empresa

Una empresa és una unitat econòmica, que a partir del treball, capital, recursos naturals i iniciativa empresarial, s'aconsegueixen uns productes acabats en forma de bé o servei.

L'objectiu principal de l'empresa és crear un valor (capacitat de les coses per satisfer les nostres necessitats de qualsevol ordre) i així obtenir beneficis pels seus propietaris.

-Indústria: conjunt d'empreses que es dediquen al mateix sector: sector de la construcció, tèxtil, automòbils...

Empresari

Persona física o jurídica, que pren decisions sobre la gestió de l'empresa assumint-ne els riscos que pot comportar.

Funcions que duu a terme:

-Planificar: Determinar els productes i models que ha de fabricar l'empresa, tot dient-ne la seva quantitat i establint-ne un pla per tal d'aconseguir-ho.

-Organitzar: Assignar responsabilitats a cada persona, coordinar les activitats, determinar l'estructura de l'empresa i gestionar i motivar el personal.

-Controlar la producció: Comprovar que els resultats que s'obtenen es corresponguin amb les previsions, per tal de poder corregir els problemes que vagin sorgint.

-Assumir riscos: Assumir els riscos que hi pot haver amb un error a l'hora de determinar el preu dels productes, un fallada en l'empresa...

Cal no confondre els conceptes d'empresari i propietari, tot i que a vegades coincideixin. Quan l'empresa és petita es sol donar aquest cas, en que el propietari i l'empresari són els mateixos, però no té de donar-se aquest cas en totes les empreses, en una empresa gran, el propietari contracta a empresaris perquè se n'encarreguin de la gestió d'una part de l'empresa.

Associacions i clubs esportius

-Associacions esportives: Grups de persones que s'uneixen amb un interès comú: fomentar la pràctica de qualsevol esport, organitzar passejades, fer torneigs amistosos... Hi ha associacions esportives que treballen per promoure l'esport als barris o que gestionen equipaments esportius municipals. En aquesta línia també són molt importants les associacions esportives escolars que afavoreixen la pràctica dels infants i joves i la participació de les famílies.

-Club esportiu: Entitats privades, fundades en una localitat o barri concret i reconegudes per l'Administració pública i per la federació corresponent. Els clubs estan formats per penyes o grups de persones que s'uneixen amb una afició i característiques comunes, les quals acompanyen els seus equips en les diferents manifestacions esportives.

Els clubs d'un mateix esport s'uneixen en federacions esportives per promoure'n la pràctica, millorar l'organització de les competicions esportives i ser-ne els representants davant els organismes estatals i internacionals.

2-Empresa

2.1-TIPUS D'EMPRESES

Hi ha diversos criteris que permeten la classificació de les empreses , d' entre aquests , els més significatius són :

Sector d'activitat

Segons el tipus d'activitat desenvolupada per l'empresa, podem classificar-les en tres sectors diferents:

-**Sector primari:** Són les empreses lligades de manera directa a l'obtenció de recursos naturals.

-**Sector secundari:** Són les empreses lligades en la transformació de les matèries primeres en productes semielaborats.

-**Sector terciari:** Són les empreses que presten un servei.

Titularitat del capital

Les administracions públiques intervenen en l'economia de diverses maneres. En l'àmbit empresarial, l'Administració és propietària en més o menys grau de diverses empreses. Per això les podem classificar :

-**Privada:** Els propietaris són particulars.

-**Pública:** El propietari és el sector públic (l'Estat o altres administracions públiques).

-**Mixta:** La propietat és compartida entre les Administracions Públiques i particulars.

Dimensió

Hi ha diversos criteris per a classificar a una empresa segons la dimensió, entre els quals es troben la facturació i el nombre de treballadors. La Unió Europea dóna com a referència les xifres següents:

TIPUS D'EMPRESA	Microempresa	Petita empresa	Mitjana empresa	Gran empresa
FACTURACIÓ ANUAL	Inferior a 2 milions d'euros	No superior a 10 milions d'euros	Inferior a 50 milions d'euros	Superior a 50 milions d'euros
NRE. DE TREBALLADORS	Menys de 10	De 10 a 49	De 50 a 249	250 o més
BALANÇ GENERAL	Inferior a 2 milions d'euros	No superior a 10 milions d'euros	No superior a 43 milions d'euros	Superior a 43 milions d'euros
ALTRES		No ha de comptar amb una participació de més del 25 % per part d'organismes públics.		

Font: *Llibre Economia de l'empresa* I editorial edebé

Àmbit territorial

Algunes empreses desenvolupen la seva activitat en una única localitat, però d'altres poden estendre les seves activitats i centres de treball en diferents llocs o països diferents. Segons l'àmbit territorial poden ser:

- Local:** Desenvolupa l'activitat en una sola població.
- Regional:** Duu a terme les activitats en una regió, zona o comunitat.
- Nacional:** Desenvolupa l'activitat en l'àmbit d'un país.
- Multinacional:** Actua en diversos països.

Tipus de mercat

Des del punt de vista del tipus de mercat poden ser:

- Competència perfecta:** Es tracta d'un mercat amb molts compradors i venedors que comercien en amb un bé homogeni, això és, no diferenciat en marques o models.
- Monopoli:** És el cas en què hi ha una única empresa que opera al mercat.
- Oligopoli:** Es dona quan hi ha poques empreses que produeixen o comercialitzen el mateix bé o servei.
- Competència monopolística:** Hi ha molts compradors i venedors, però el producte està diferenciat per la marca i models.

Funció bàsica

Algunes empreses produeixen articles, però d'altres únicament els comercialitzen, per això distingim entre:

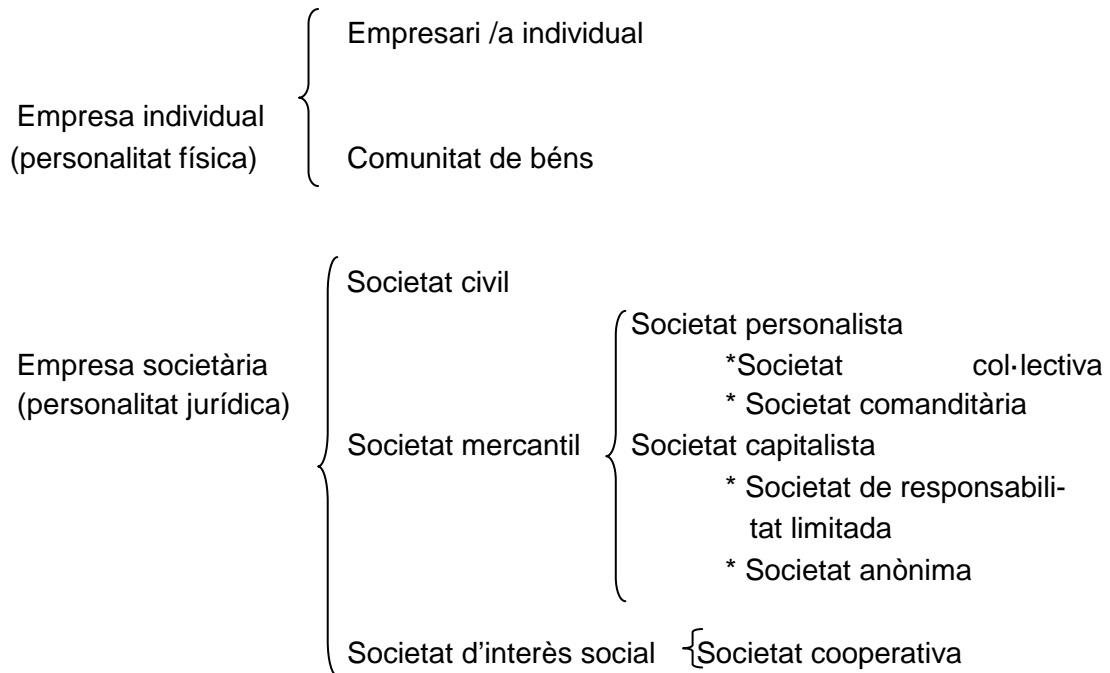
-Productores: Són aquelles empreses que, a partir de la transformació de matèries primeres obtenen productes.

-Comercials: Són aquelles que es dediquen únicament a la compra i venda, sense dur a terme cap activitat de transformació.

-Serveis: Són aquelles l'activitat de les quals consisteix en la prestació de serveis a altres empreses, institucions i administracions o consumidor final.

2.2-FORMA JURÍDICA

Segons la forma jurídica de les empreses es classifiquen en:



A continuació treballaré amb detall l'empresari individual, la Societat Anònima i la Societat Limitada, necessàries per poder fer els següents apartats.

2.2.1-CARACTERÍSTIQUES DE L'EMPRESARI INDIVIDUAL

D'entre les principals característiques en destaquen :

- Control total de l'empresa per part del propietari que dirigeix la seva gestió.
- La personalitat de l'empresa és la mateixa que la del seu titular (empresari), qui respon personalment de totes les obligacions que contregui l'empresa.
- No hi ha diferenciació entre el patrimoni mercantil i el seu patrimoni civil.
- No necessita procés previ de constitució. Els tràmits s'inicien al començament de l'activitat empresarial.
- L'aportació de capital a l'empresa, tant en la seva qualitat com en quantitat, no té més límit que la voluntat de l'empresari.

Avantatges de l'empresari individual

- És una forma empresarial idònia per al funcionament d'empreses de molt reduïda grandària.
- És la forma que menys gestions i tràmits ha de fer per a la realització de la seva activitat, ja que no ha de realitzar cap tràmit d'adquisició de la personalitat jurídica.
- Pot resultar més econòmic, ja que no crea persona jurídica diferent del propi empresari.

Inconvenients de l'empresari individual

- La responsabilitat de l'empresari és il·limitada.
- Respon amb el seu patrimoni personal dels deutes generats en la seva activitat.
- El titular de l'empresa ha de fer front en solitari a les despeses i a les inversions, així com a la gestió i administració.
- Si el seu volum de benefici és important, pot estar sotmès a tipus impositius elevats ja que la persona física tributa per tipus creixents com més gran és el seu volum de renda, mentre que les societats de reduïda dimensió (menys de 8 milions de € de xifra de negocis) tributen al tipus del 25% sobre els primers 120.202,41 € de beneficis.

Responsabilitat de l'empresari individual

-L'empresari individual realitza l'activitat empresarial en nom propi, assumint els drets i obligacions derivats de l'activitat. La seva responsabilitat enfront de tercers és universal i respon amb tot el seu patrimoni present i futur dels deutes contrets en l'activitat de l'empresa.

-Si l'empresari està casat pot donar lloc a que la responsabilitat derivada de les seves activitats abasti a l'altre cònjuge. Per això cal tenir en compte el règim econòmic que regeix el matrimoni i la naturalesa dels béns en qüestió.

-Els béns privatis de l'empresari queden obligats als resultats de l'activitat empresarial.

-Els béns destinats a l'exercici de l'activitat i els adquirits com a conseqüència d'aquest exercici, respon en tot cas del resultat de l'activitat empresarial.

-En el règim de guanys, quan es tracta de béns comuns del matrimoni, perquè aquests quedin obligats caldrà el consentiment d'ambdós cònjuges. El consentiment es presumeix quan s'exerceix l'activitat empresarial amb coneixement i sense oposició expressa del cònjuge i també quan en contreure matrimoni un dels cònjuges exercís l'activitat i continués amb ella sense oposició de l'altre.

-Els béns propis del cònjuge de l'empresari no quedarien afectats a l'exercici de l'activitat empresarial, llevat que hi hagi un consentiment exprés del cònjuge.

-En tot cas, el cònjuge pot revocar lliurement el consentiment tant exprés com presumpte.

En aquest sentit, si bé l'empresari individual no està obligat a inscriure en el Registre Mercantil, pot ser convenient inscriure-hi, entre altres raons per registrar les dades relatives al cònjuge, el règim econòmic del matrimoni, capitulacions, així com el consentiment, la revocació o oposició del cònjuge a l'afecció a l'activitat empresarial dels béns comuns o els privatis.

2.2.2-SOCIETAT DE RESPONSABILITAT LIMITADA (SL O SRL)

La societat de responsabilitat limitada o societat limitada és una forma jurídica mercantil de tipus capitalista, amb personalitat jurídica pròpia independent de la dels seus socis, que pot estar integrada per una persona o més. En aquesta societat el capital social és dividit en participacions socials iguals, indivisibles i acumulables, que no es denominen accions.

Aquestes participacions són nominals i no poden transmetre's lliurement, ja que els socis tenen el dret d'adquisició preferent i les transmissions han de constar en un document públic.

En l'escriptura de constitució es poden incloure tots els pactes que els socis creguin convenient establir, i es poden fixar en els estatuts altres prestacions accessòries diferents de les aportacions de capital (per exemple, l'aportació de treball), i indicar si es realitzen a títol gratuït o retribuït.

Característiques

Com el seu nom indica, la responsabilitat és limitada: la responsabilitat dels socis davant les obligacions contraetes per la societat es limita al capital aportat a la companyia. No responen amb el seu patrimoni personal dels deutes socials. Les aportacions de capital s'han d'efectuar en diner o en béns valorats econòmicament.

Condicions

El capital social mínim ha de ser de 3.005,06 euros i ha d'estar totalment subscrit i desemborsat en el moment de la constitució de la societat. És obligatòria la presentació al notari d'una certificació del dipòsit de les quantitats aportades a nom de la societat en una entitat de crèdit. No existeix cap màxim pel que fa al capital.

La societat de responsabilitat limitada pot tenir un administrador únic o diversos administradors que actuïn conjuntament o solidàriament, o bé un consell d'administració, amb un mínim de tres i un màxim de dotze consellers triats per la junta general o estipulats en els estatuts.

L'administrador (o els administradors) té la funció de representar la societat davant tercers i dóna raó als socis anualment, en junta general, de quina ha estat la seva gestió de la societat.

Avantatges

El principal avantatge respecte de les anteriors figures és que aquesta forma jurídica preveu la limitació de la responsabilitat dels socis al capital aportat a la societat.

Respecte de les societats anònimes, té com a avantatges que el capital necessari per a la seva constitució i les obligacions administratives són molt menors. Un altre avantatge, molt important, és que els socis que constitueixen la societat de responsabilitat limitada controlen totalment quins seran els socis en tot moment, pel fet que les participacions són nominals, per l'obligació, a l'hora de la transmissió de les participacions, d'oferir-les inicialment als socis preexistents, i per l'obligació de formalitzar la venda en document públic, aspecte que treu liquiditat a les participacions.

Això comporta que els socis tinguin un total control (en les successives ampliacions) de la propietat de l'empresa i restringeix la possibilitat d'entrada de nous socis no desitjats.

A l'hora de fer aportacions no dineràries no cal cap informe d'un expert extern, amb la disminució de despeses que això representa. En el cas de les societats de responsabilitat limitada, pot ser l'administrador qui certifiqui el valor de les aportacions, el qual és el responsable que els valors siguin reals.

Per les empreses de reduïda dimensió, amb una xifra de negocis inferior a vuit milions d'euros, tributen per la base imposable de 0 a 120.202,00 euros, tributen a un tipus del 25% i per l'excés al tipus general del 30%.

Inconvenients

La limitació de la responsabilitat al capital aportat dificulta que les societats de responsabilitat limitada amb un capital mínim aconseguixin crèdits sense disposar l'aval personal dels socis, la qual cosa desfà aquesta limitació del risc, és a dir, la responsabilitat no és del tot limitada ja que igualment s'ha de respondre personalment, com a avaladors, dels possibles deutes de l'empresa. Els promotors de l'empresa no es poden contractar aprofitant els contractes bonificats, amb els beneficis que això representa, ja que la legislació d'aquestes modalitats ho prohibeix especialment.

Només es poden aportar a la societat béns o drets susceptibles de valoració; per tant, queda exclosa la possible aportació de treball o serveis com a participació en la societat.

2.2.3-SOCIETAT ANÒNIMA (SA)

És una societat mercantil de tipus capitalista en la qual els socis posen recursos en comú per desenvolupar una activitat de tipus empresarial amb l'objectiu d'aconseguir uns guanys. El capital social (conjunt d'aportacions que han de fer els socis) està dividit en accions que representen la part de l'empresa que té cadascun dels socis. Els vots de cada soci depenen directament del nombre d'accions que tenen.

Característiques

La responsabilitat dels socis per les obligacions concretes per la societat es limita al capital aportat a la societat, és a dir, la responsabilitat dels socis davant terceres persones està limitada al valor nominal de les accions que hagin subscrit.

Pot estar formada per un únic soci, d'acord amb la disposició addicional segona de la Llei2/1995, de 23 de març, de societats de responsabilitat limitada, per la qual és d'aplicació a la societat anònima la regulació de la unipersonalitat originària i sobrevinguda referida a les societats de responsabilitat limitada, i que s'ha desenvolupat en el corresponent apartat. En aquest cas haurà d'acomplir amb els mateixos requisits que la S.L.U.

Condicions

El capital social mínim és de 60.101,21 euros., totalment subscrit i dividit en accions, el 25% del qual ha d'estar desemborsat.

Com que és una societat mercantil, s'ha de constituir en escriptura pública i s'ha d'inscriure en el Registre Mercantil en el termini legalment establert. A partir de la inscripció és quan la societat adquireix personalitat jurídica pròpia. El contingut de l'escriptura de constitució i els tràmits de legalització són els mateixos que hem esmentat respecte a les societats de responsabilitat limitada.

Avantatges

La responsabilitat dels socis davant de terceres persones està limitada al valor nominal de les accions que hagin subscrit. A diferència d'algunes de les formes anteriors, si l'empresa té problemes només es poden perdre els diners que s'hagin aportat.

La lliure transmissió de les accions pot permetre a qualsevol soci vendre fàcilment la part de capital que tingui, en cas de voler deixar l'empresa, sense més problemes que el de trobar comprador (tret que els estatuts de l'empresa diguin el contrari respecte a les accions nominatives o hagi alguna mena de limitació legal).

Les societats de reduïda dimensió, amb una xifra de negocis inferior a vuit milions d'euros, tributen, per la base imposable de 0 a 120.202,00 euros, a un tipus de gravamen del 25% i per l'excés al tipus general del 30%.

Inconvenients

El cost de constitució d'aquesta forma jurídica és elevat: exigeix escriptura pública de constitució, la qual cosa representa una despesa de notari, i s'ha de pagar un 1% del capital social en concepte d'Impost de Transmissions Patrimonials i Actes Jurídics Documentats. Al seu torn, la Llei de societats anònimes preveu tot un seguit de mecanismes administratius destinats a la millora de la gestió i el control sobre aquest tipus de societats, que està pensat per a grans empreses, i que podria dificultar el funcionament d'una microempresa.

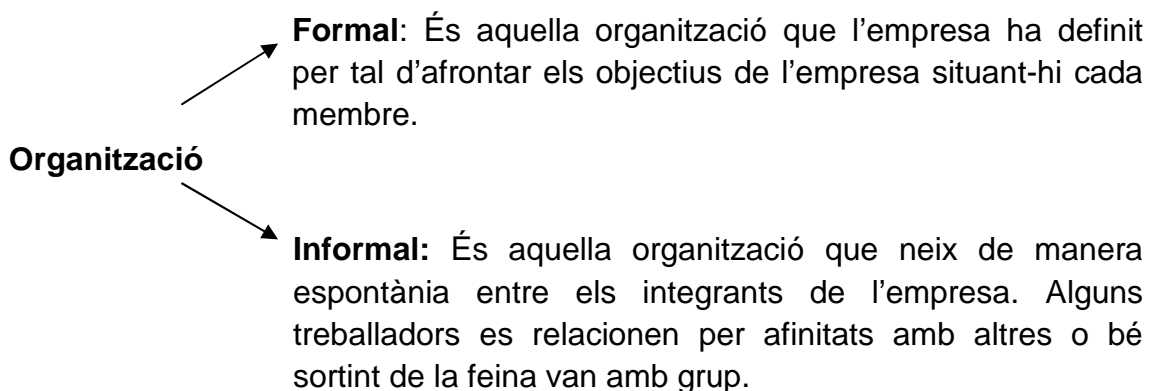
2.3-ESTRUCTURA I ORGANITZACIÓ

Les empreses estableixen una organització i estructura per tal de coordinar les tasques que han d'afrontar, com més persones hi hagi més complexa serà aquesta estructura i organització.

Si comencem pel concepte:

Organització: consisteix en definir les tasques que s'han de fer tot dient quines persones les han de realitzar, les relacions que hi ha d'haver entre elles i els processos de control que permetin verificar la consecució del objectius que s'han proposat.

Dintre de l'empresa es distingeixen dues organitzacions:



Aquesta estructura dóna lloc a diferents models que es representen utilitzant els organigrames¹.

A continuació es presenten diferents models d'estructura i el seu organigrama.

¹Un organigrama reflexa de manera gràfica quins són els diferents departaments que té l'empresa i qui està a cada departament, al igual que les relacions que hi ha entre aquests.

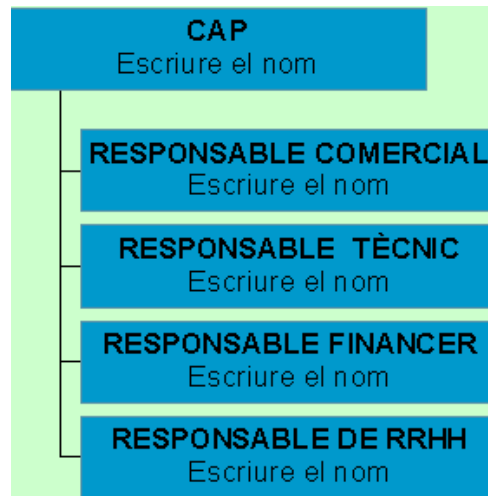
Models organitzatius

-Lineal o jeràrquica: Es basa en l'autoritat directa del cap sobre els subordinats.

Avantatges:

- Sistema senzill d'organitzar.
- Rapidesa a l'hora de prendre decisions.

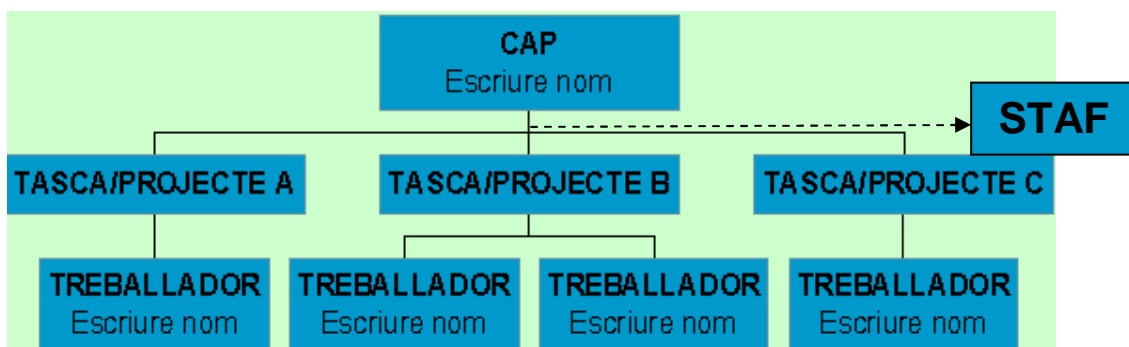
Inconvenients: Molta acumulació de feina en els directius.



-LÍNIA I "STAFF": Es basa en una estructura lineal, que manté relacions d'assessorament per part d'un departament anomenat staff.

Avantatges: Menys feina pels directius al ser assessorats.

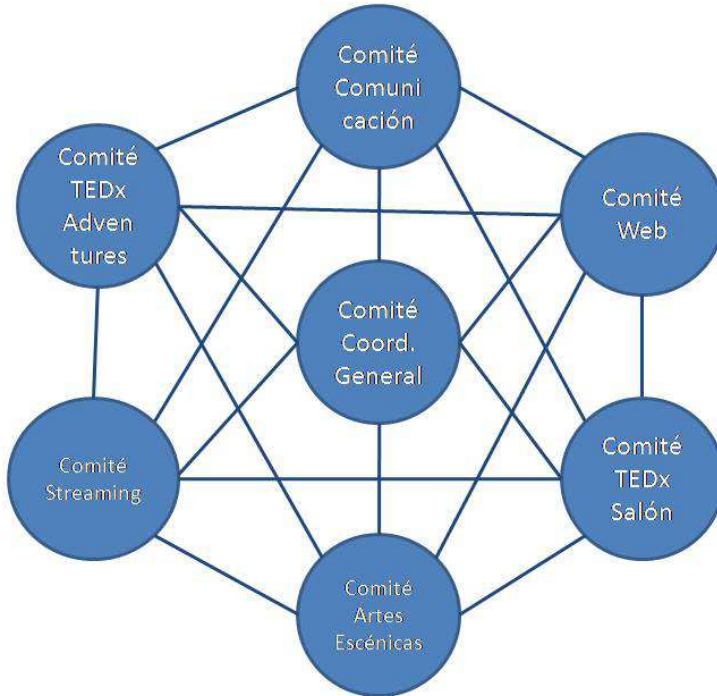
Inconvenients: Hi pot haver conflictes entre els departaments en línia i l'"staff".



-COMITÈS: Les decisions son preses per un grup de persones que discuteixen un problema i arriben a una solució.

Avantatges: Resulta motivador participar en la presa de decisions.

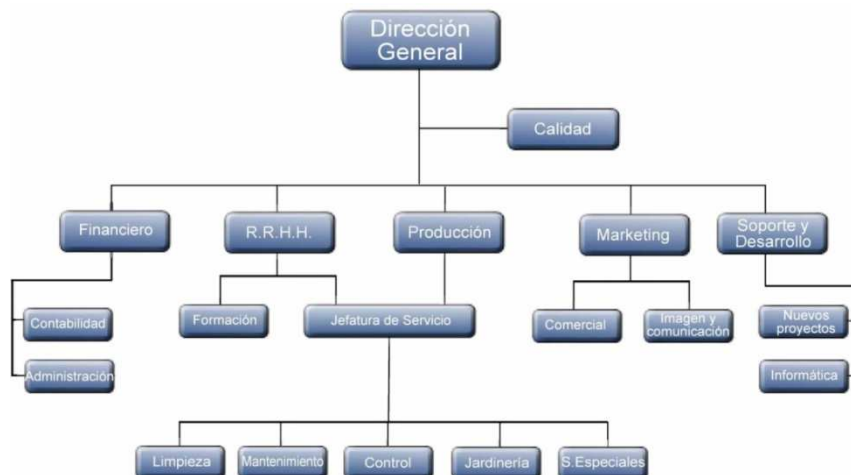
Inconvenients: Lentitud en el procés de presa de decisions.



-MATRICIAL: Es combina la departamentació per funcions, ja que hi han varies persones de l'organització que col·laboren en un sol projecte.

Avantatges: Adequat per el desenvolupament de projectes, ja que hi poden haver especialistes de diferents departaments.

Inconvenients: Com que alguns membres tenen dos superiors enlloc d'un (el del seu departament i el cap del projecte) pot originar conflictes.



2.4-TRÀMITS A SEGUIR PER CREAR UNA EMPRESA

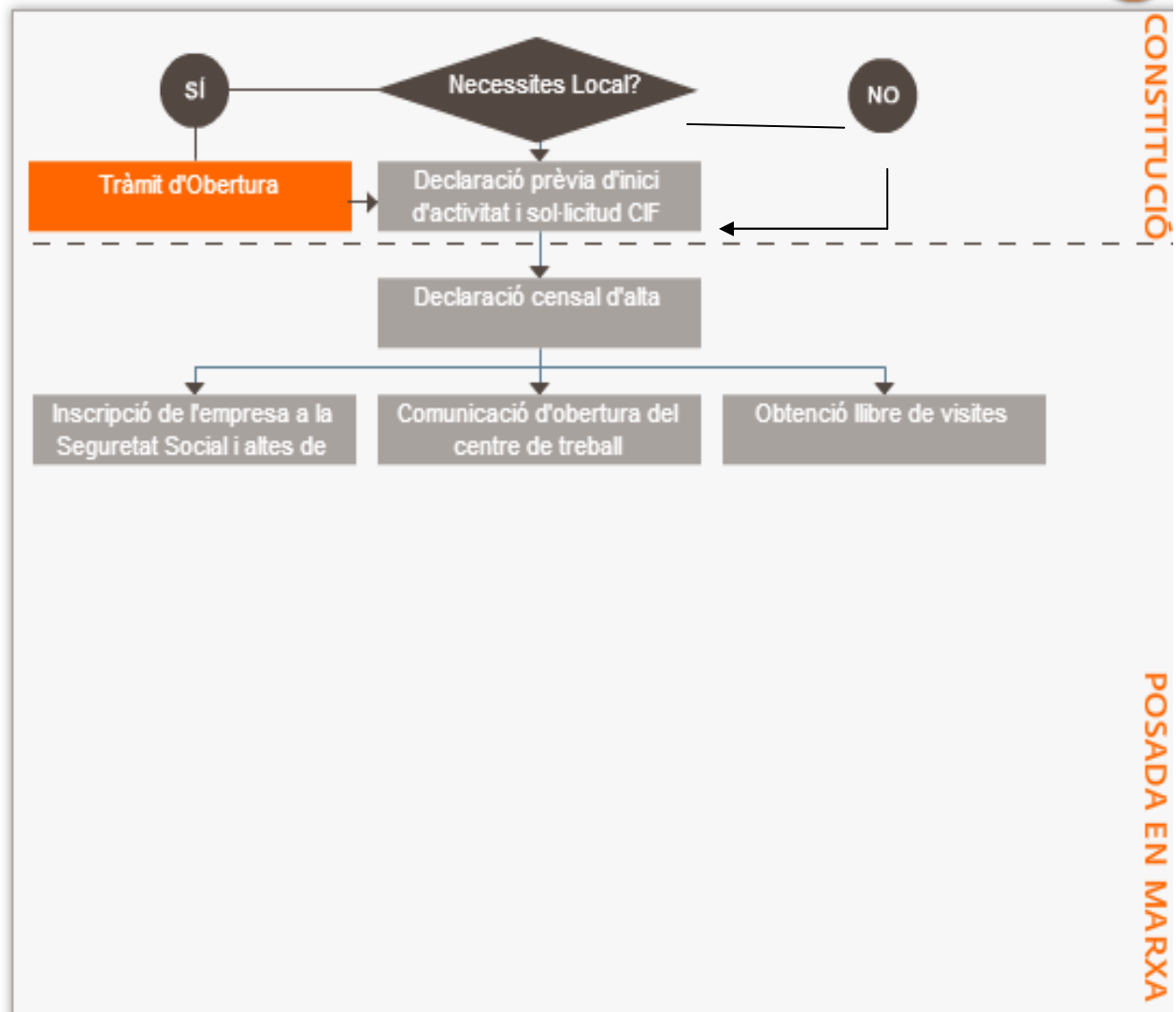
Totes les formes jurídiques segueixen passos més o menys diferents per tal de constituir-se i poder començar la seva activitat . Tot seguit explicaré els tràmits a seguir de la creació de l'empresari individual, una S.L i S.A.

Empresari individual



Tràmits a seguir

Treball Autònom (T.Autònom)



-Tràmit d'obertura: L'Ajuntament del municipi on instal·lem el nostre negoci ens ha d'autoritzar a realitzar l'activitat, sinó, no donem compliment a la normativa vigent. Per conèixer quina mena de tràmit (comunicat, llicència o autorització) cal demanar per iniciar una nova activitat comercial o crear una

nova instal·lació al vostre municipi, cal que us dirigiu al Departament d'Urbanisme del vostre Ajuntament.

-Declaració prèvia d'inici d'activitat i sol·licitud CIF: És aconsellable sol·licitar el CIF provisional abans d'iniciar l'activitat efectivament (començar a facturar). Mitjançant el model 036 o el 037 ens assignen un número tot i que no iniciem l'activitat encara.

-Declaració censal alta: Inscripció al cens de l'Agència Tributària, obligatori per exercir una activitat empresarial, professional o artística, es comunicarà mitjançant:

-Model 037(declaració censal simplificada): Per a persones físiques (no jurídiques), és a dir aquelles persones físiques que comuniquin l' inici d'activitat com empresari/a individual o professional.

-Model 036: L'hauran de presentar aquelles entitats que sol·licitin l'assignació d'un número CIF i que tingui l'obligació d'identificar el seus socis/as, comuners/res o partícips/pes.

-Inscripció de l'empresa a la Seguretat Social i altes de l'equip promotor i personal: Tota persona física, per compte de la qual vagin a treballar persones incloses en el Règim General de la Seguretat Social, s'hauran d'inscriure com a "empresa" a la Tresoreria de la Seguretat Social que li pertochi.

-Comunicació d'obertura del centre de treball: L'empresari té l'obligació de comunicar l'obertura d'un centre de treball o la represa d'activitats al Servei Territorial corresponent del Departament de Treball.

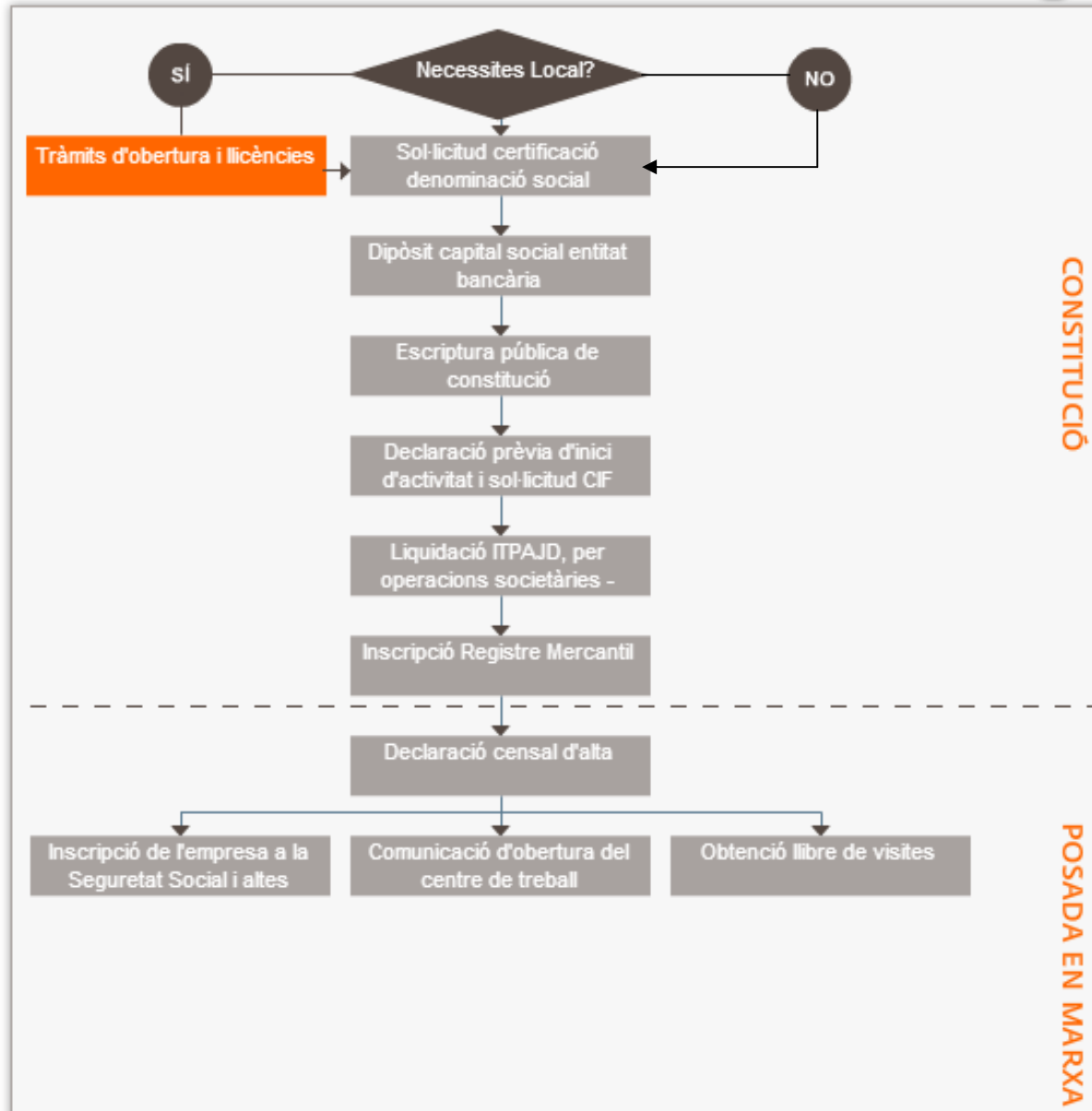
-Obtenció llibre de visites: Totes les empreses han de tenir un llibre de visites per centre de treball, tinguin o no personal contractat. Aquest llibre s'ha d'adquirir i portar a la Delegació de Treball i Seguretat Social, per a què sigui diligenciat en el seu primer full i per a que la resta de folis siguin segellats.

Societat limitada (SL) i Societat Anònima (SA)



Tràmits a seguir

Societat Limitada (SL)



-Tràmits d'obertura i llicències: Mateixos tràmits que en l'empresari individual.

-Sol·licitud certificació denominació social: EL Registre Mercantil Central ens ha d'autoritzar a utilitzar un nom en concret per l'entitat que volem crear. Aquesta autorització es sol·licita a través de la pàgina web www.rmc.es (denominacions socials /sol·licitud de certificats). En la sol·licitud farem constar, per ordre de preferència tres noms triats per denominar la nostra societat.

El registre ens autoritzarà a fer servir el nom si no hi ha cap igual o similar que pugui provocar confusió al tràfic mercantil.

-Dipòsit capital social entitat bancària: Acompliment del requisit legal de dipositar el capital social mínim per constituir una societat a una entitat bancària.

-Escriptura pública de constitució: Elevació a escriptura pública dels Estatuts socials. En aquesta escriptura es consigna quines son les persones que s'associen fent constar el grau de participació en la societat, les que exerciran l'administració de la mateixa i s'inclouen als Estatuts que regiran la societat.

-Declaració prèvia d'inici d'activitat i sol·licitud CIF: Mateixos tràmits que en l'empresari individual.

-Liquidació ITPAJD, per operacions societàries - impost de transmissions: La constitució de societats determina el naixement de l'impost de transmissions patrimonial que implica el pagament a l'Agència Tributària de Catalunya per la quota de l'1% del capital social (modalitat operacions societàries).

-Inscripció al Registre Mercantil: Amb la inscripció de la empresa al RM, la societat adquireix personalitat jurídica amb efectes retroactius des de la seva constitució davant notari (tots els actes realitzats fins al moment esdevenen vàlids amb la inscripció al registre).

-Declaració censal alta: Mateixos tràmits que en l'empresari individual.

-inscripció de l'empresa a la Seguretat Social i altes empresari/a i treballadors/res: Tota persona física o jurídica, per compte de la qual vagin a treballar persones incloses al Règim General de la SS, haurà d'inscriure la seva empresa a la Tresoreria de la SS.

-Comunicació d'obertura del centre de treball: Mateixos tràmits que en l'empresari individual.

-Obtenció llibre de visites: Mateixos tràmits que en l'empresari individual.

2.5-DIRECCIÓ ESTRATÈGICA EMPRESARIAL

L'estratègia mostra els passos fonamentals que una organització ha de seguir per tal d'aconseguir un o més objectius. La directiva desenvolupa una estratègia avaluant les opcions possibles.

Hi ha estratègies a diferents nivells jeràrquics, on als nivells alts elaboren les de llarg termini i les de curt termini es prenen als nivells més baixos.

Dintre de l'empresa hi ha tres nivells d'estratègia que han d'anar coordinats per assolir els objectius.



1-Estratègia corporativa

L'estratègia corporativa correspon a les decisions que prenen els directius amb el nivell jeràrquic superior, aquestes estratègies es programen per obtenir uns resultats a llarg termini.

Principals tasques corporatives

- Anàlisi del medi extern de l'empresa, tot avaluant les diverses oportunitats de negoci ofertes pel mercat.
- Definir els productes, mercats i ubicacions geogràfiques a més de la capacitat de l'empresa.
- Segmentació del negoci tot definint les perspectives que seran dirigides al mercat que es mou l'empresa de manera efectiva.
- Determinar l'amplitud de cada activitat que duu a terme l'empresa.
- Estratègia horitzontal: A través de la sinergia realitzada en els diferents negocis que resulta crear un valor econòmic addicional significatiu.
- Filosofia corporativa: Proporcionar un tema unificador i una declaració de principis bàsics per la organització.
- Postura estratègica de l'empresa: És un conjunt de requisits desenvolupats per guiar la formulació de l'estratègia corporativa, de negocis i funcional.
- Gestió dels negocis, referent a l'assignació dels recursos.
- Dissenyar l'estructura administrativa, per crear un conjunt de normes que permetin la descentralització de les activitats de l'empresa.
- Gestió del personal directiu.

2 Estratègia de negoci

L'estratègia de negoci es duu a terme específicament en cada una de les activitats homogènies o negocis que fa una empresa. Les principals són com competir en el mercat, quina és la millor gamma de productes....

Aquestes estratègies es programen per obtenir resultats a mitjà termini.

3 Estratègia funcional

És el conjunt de decisions que prenen els directius dels departaments funcionals de l'empresa (màrqueting, producció, finances). Quan l'empresa no és molt complexa, aquestes estratègies coincideixen amb les de negoci.

2.5.1-PROCÉS DE PRESA DE DECISIONS

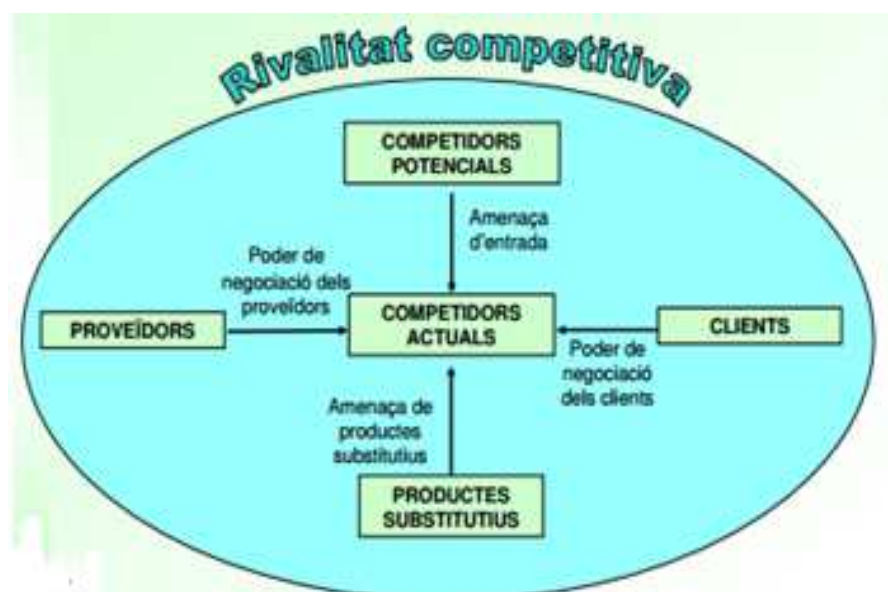
Tot el procés d'estratègia abans esmentat implica haver de prendre decisions , per les quals l'empresa segueix el següent procés:

1-ANÀLISI

S'analiza l'entorn per tal de detectar els elements que comporten amenaces i oportunitats juntament amb l'anàlisi interna per veure els aspectes que constitueixen fortaleses o debilitats davant els competidors. A partir d'aquestes dades es construeix una matriu DAFO.



Anàlisi externa (Amenaça i oportunitat)



Amenaça de competidors potencials

Depèn de l'existència o no de barreres d'entrada hi ha més o menys competència. Algunes d'aquestes barreres són: economies d'escala, avantatges tecnològics, accés favorable a matèries primeres, barreres legals o accions del govern...

Amenaça de productes substitutius

Degut a l'existència d'aquests productes substitutius fa que les empreses hagin de competir amb altres empreses que no es troben dintre el sector d'activitat.

Poder de negociació dels proveïdors

Els elements que donen poder a una empresa per negociar són:

- Grau de concentració dels proveïdors, com menys n'hi hagin, major grau de negociació tindrà l'empresa.
- Facilitat per accedir a altres fonts de subministrament (costos de canvi i existència de productes substitutius).
- Volum de transicions realitzades amb l'empresa. Com major sigui les compres d'un client , major serà el poder negociador.
- Grau d'informació. Com major informació sobre l'estructura de costos del client o proveïdor més poder es té ja que sabrà millor com forçar la baixada de preus.

Anàlisi interna (Debilitat i Fortalesa)

Un instrument molt utilitzat per fer l'anàlisi interna és a partir d'una cadena de valor.

Aquesta cadena consisteix en descompondre i analitzar totes les activitats que es duen a terme. Tot seguit es separa entre les activitats necessàries i innecessàries a l'hora d'afegir un valor al producte. Simplificant molt es pot classificar en:



- Les activitats primàries configuren el procés de transformació bàsic:
 - Logística interna: inclou la recepció, emmagatzematge, control d'estocs, distribució de primeres matèries i components del procés productiu.
 - Producció: Activitats necessàries per la transformació de les primeres matèries en productes.
 - Logística externa: emmagatzematge, transport i distribució dels productes acabats als clients o punts de venda.
 - Màrqueting i vendes: promoció, publicitat, coordinació de l'equip de venedors, gestió d'imatge de marca...
 - Servei postvenda: venda de peces de recanvi, gestió de reclamacions...
- Les activitats de suport reforcen les primàries perquè aquestes es puguin dur a terme:
 - Aprovisionament: Són les realitzades pel departament de compres de primeres matèries, maquinaria, material d'oficina...
 - Desenvolupament tecnològic: Inclou les activitats relacionades amb l'accés, gestió i manteniment de la tecnologia (recerca de nous productes).
 - Recursos humans: Selecció, contractació, formació, motivació i gestió de personal de l'empresa.
 - Infraestructures: Direcció de l'empresa.

Un cop analitzades les activitats separatament convé estudiar les connexions entre elles per tenir una visió més global.

2-FORMULACIÓ DE L'ESTRATÈGIA

Un cop duta a terme l'anàlisi interna i externa, cal triar l'estratègia més adequada per explotar de la millor manera possible un avantatge competitiu, les més freqüents són:

-Lideratge en costos

L'empresa es centra en tenir uns costos inferiors als dels seus competidors oferint el mateix nivell de qualitat. L'empresa que obtingui els costos més baixos li permetrà una major rendibilitat tant si opta per canviar els preus o per baixar-los.

-Diferenciació

L'empresa explota els avantatges competitius de les característiques dels productes o serveis per tal d'aconseguir que els clients estiguin disposats a pagar un preu més elevat per alguna diferència entre el nostre producte i el d'una altre empresa.

-Enfocament

Es tracta d'aplicar els avantatges competitius (lideratge en costos o diferenciació) en un segment del mercat en concret.

-Creixement intern

Es dona quan l'empresa realitza un augment de la seva dimensió mitjana d'inversions a la seva pròpia estructura. També anomenat creixement natural.

Avantatges:

- permet l'adquisició de factors recents: personal amb formació actualitzada, noves tecnologies, maquinària.
- Permet un creixement molt planificat adaptant l'estructura organitzativa de manera gradual.
- Útil si es vol evitar imitacions per part d'altres empreses.

Inconvenients:

- Mecanisme de creixement molt lent, perquè només es disposa dels recursos i capacitats de l'empresa, que pot ser greu ja que el nostre entorn canvia molt ràpid.

-Creixement extern

Consisteix en l'ampliació de la capacitat i volum d'operacions per mitjà d'adquisició, participació o control d'altres empreses existents.

Avantatges:

- Estalvi de temps donat que és ràpid i permet augmentar la dimensió des del moment que es tanca la negociació d'integrar la nova empresa.
- Pot ser l'única manera de superar una barrera d'entrada a un mercat on el creixement intern seria impossible.
- Més fàcil d'emprar en el cas de mercats o sectors madurs, perquè solen estar sobredimensionats i el creixement intern no tindria sentit perquè augmentaria una oferta excessiva.

Inconvenients:

-mecanisme car perquè s'ha de comprar una empresa en funcionament amb alguns actius que no interessin

-Problemes d'integració de les dues empreses. Per tant cal considerar els costos de reestructuració, nou disseny de departaments, acomiadament de personal...

3-IMPLANTACIÓ I CONTROL DE L'ESTRATÈGIA

Un cop formulada l'estratègia, cal formalitzar-la i planificar l'acció estratègica tot elaborant plans, pressupostos i els programes empresarials. Un cop aplicats cal anar controlant que la realitat s'ajusti als objectius proposats i corregir les possibles desviacions.

3-Club esportiu

Una vegada explicat el món empresarial, em dispo a explicar el món esportiu, exposant la seva estructura, els tràmits de creació...

3.1-ESTRUCTURA

Concepte

Els clubs esportius són entitats privades amb personalitat jurídica i capacitat d'obrar, formats per persones físiques amb els objectius bàsics del foment, el desenvolupament i la pràctica contínua de l'activitat física i esportiva sense tenir directament una finalitat de lucre. Tot i tenir una mateixa base jurídica, es dona una gran heterogeneïtat.

Formes jurídiques

Els clubs esportius espanyols es classifiquen en:

-Societat Anònima Esportiva: És un tipus especial de SA que es va crear a través de la llei 10/1990 (van imposar l'obligació a totes les entitats de primera i segona divisió de futbol i l'ACB de bàsquet i que haguessin tingut pèrdues en els quatre exercicis anteriors).

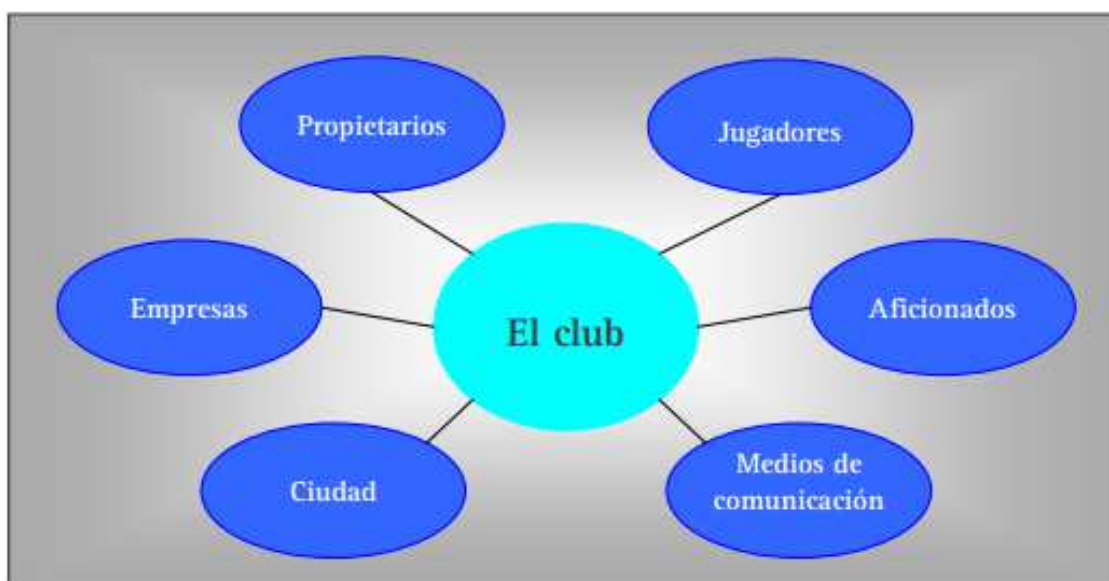
Es tracta d'una societat de responsabilitat limitada de caràcter mercantil els titulars del quals ho són en virtut d'una participació en el capital social a través de títols o accions.

Són aquelles entitats (clubs o equips professionals) que el seu objecte social sigui el desenvolupament d'algun tipus d'esport en competició de manera professional en l'àmbit nacional.

En l'actualitat degut al fracàs que ha estat reconvertir els clubs de futbol espanyols en aquestes societats, el govern podria aprovar una llei per tal que no sigui obligatori que un equip professional hagi de ser una Societat Anònima Esportiva.

-Club esportiu sense ànim de lucre: Els diferents estils de clubs esportius sense ànim de lucre poden ser una associació, fundació o una cooperativa.

“Actors” d’un club esportiu



-Jugadors: Els jugadors no busquen tan sols el resultat esportiu, ja que s'ha donat la oportunitat d'explotar comercialment, com seria el cas de venda dels drets d'imatge, venda de camisetes, sortir en anuncis publicitaris...

-Aficionats: De la mateixa manera, tampoc busquen únicament l'èxit esportiu, el que busquen és formar part d'un grup i accedir a una font d'identitat. No es tracta tan sols d'assistir als partits sinó que sentir els colors del club a partir d'objectes identificatius.

-Mitjans de comunicació: Busquen apropar-se al club i sobretot a l'esdeveniment esportiu i als aficionats. Independentment del resultat esportiu o econòmic, l'esport sempre genera notícies i informació, que és el que els mitjans de comunicació necessiten.

-Ciutat: Pretén que els clubs tinguin èxit per atraure a visitants a la ciutat a partir de la identitat del club i la comunitat que representa i que aconseguixi millorar la imatge i fins i tot ser candidats a la organització de futurs esdeveniments internacionals.

-Empreses: Tant patrocinadors com anunciants busquen l'èxit per augmentar el nombre d'aficionats que vindria a ser el seu públic objectiu i possibles clients.

-Propietaris: Busquen gestionar adequadament els recursos econòmics, de tal manera que els permeti aconseguir un patrimoni que els asseguri la supervivència del club i faci possible l'adquisició de bons jugadors per a l'equip.

Creació de valor en el sector esportiu

A partir de la relació entre els diferents actor, mencionats anteriorment i el producte que ofereix un club, l'esport, es configura un cercle virtuós de creació de valor que s'aconsegueix a partir de :

-Capital econòmic: referent a l'economia del club, de manera que aconseguir ser solvent i rentable.

-Capital històric: s'associa als resultats esportius que al llarg de la seva història ha aconseguit i la il·lusió que els èxits transmeten als aficionats, que aconseguir reproduir i reforçar la identitat del club en funció del capital històric acumulat.

-Capital social: són el conjunt de valors que són promoguts per part del club, com és el cas de solidaritat, respecte...

ÀREES DEL CLUB

Àrea esportiva

És la més important, S'encarrega del desenvolupament de l'esport i de formar un equip. Les característiques de l'equip i el treball que determinarà la qualitat del producte. Per tant, l'àrea esportiva no tan sols és la base de les activitats i organitzacions, sinó que també la seva més o menys promoció i el potencial de creixement.

L'àrea esportiva se n'encarrega de la selecció, formació i preparació tant físicament, tàcticament i tècnicament de l'equip. També s'haurà de plantejar uns objectius a curt i llarg termini, sense oblidar mantenir els valors consolidats en la cultura i els signes d'identitat de l'entitat.

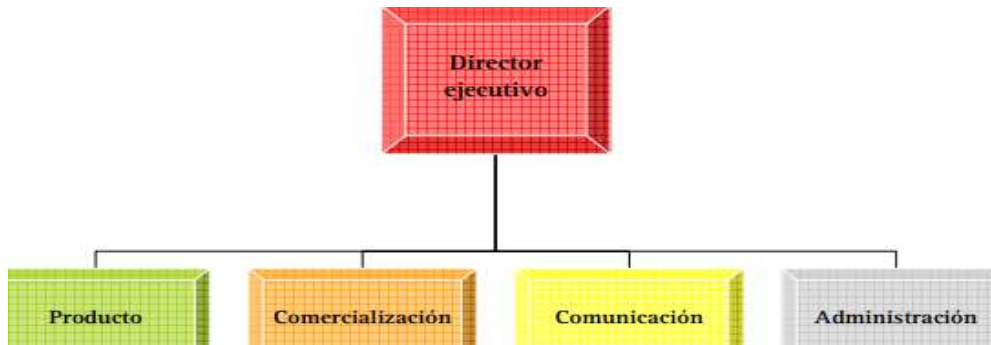
Àrea comercial

La comercialització de l'àrea esportiva ha suposat l'aparició i creixement important d'una àrea comercial capaç de generar més recursos que financin l'activitat esportiva. Ha de començar definint el producte i els clients a qui va dirigits per poder dissenyar l'estratègia més adequada.

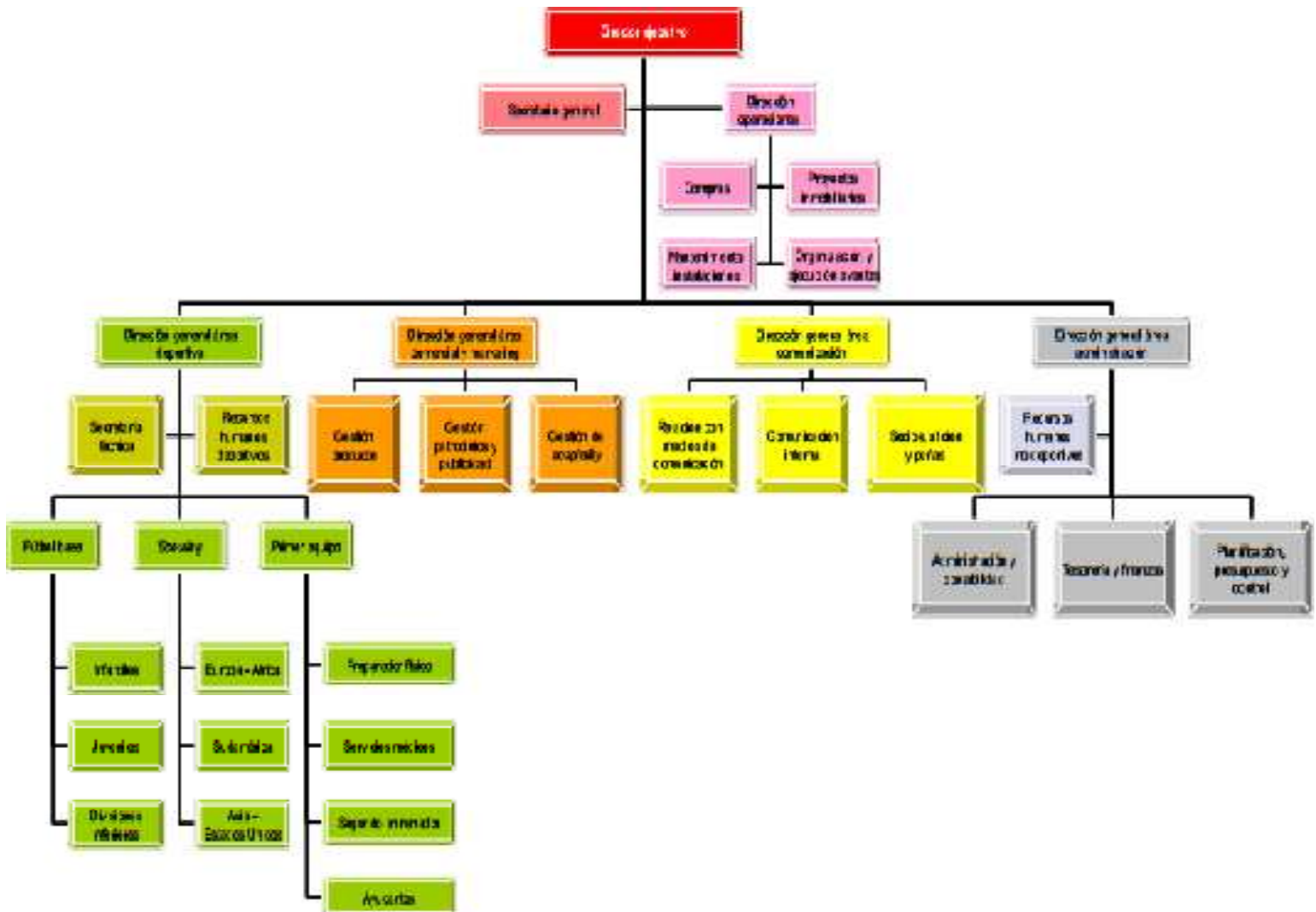
Aquesta àrea ha de procurar oferir conferències de premsa, entrevistes a més de la transmissió dels partits, ja que han de procurar mantenir una bona relació amb els mitjans de comunicació, que no és senzill.

Àrea d'administració

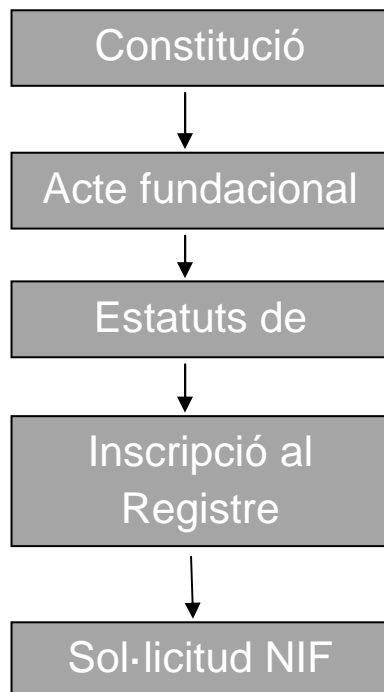
Àrea que se n'encarrega de la gestió apropiada dels recursos obtinguts, tot dissenyant els pressupostos i fent-ne un control que es compleixin aquests.



Mostra d'un possible organigrama



3.2-TRÀMITS PER A CREAR UN CLUB ESPORTIU



-Constitució associació: Per a formalitzar l'associació cal que es reunixin tots els membres fundadors i redactin l'acta fundacional de l'associació.

- Acta fundacional de l'associació: Document privat en el qual els socis fundadors acorden: la constitució de l'associació, l'aprovació dels Estatuts i l'elecció de la Junta Directiva.

L'acta fundacional haurà d'incloure les dades personals (nom, cognoms, DNI, domicili i signatura) de tots els socis fundadors.

- Estatuts de l'associació: Els Estatuts són les normes per les quals s'ha de regir l'associació, i com a tal poden ser modificats i integrats. Com que és una norma objectiva, ha de servir les finalitats proposades en la seva constitució i adaptar-se al màxim a la realitat de l'associació.

Als estatuts hi ha de constar: la denominació, les finalitats determinades, domicili, àmbit, òrgans directius i forma d'administració, admissió i pèrdua de la qualitat de soci, règim disciplinari, drets i deures, procediment de modificació dels estatuts, patrimoni fundacional, destinació del patrimoni social i taxes.

-Inscripció associació al Registre d'Entitats Esportives de la Generalitat de Catalunya: Per la creació d'una nova entitat esportiva s'ha d'acollir la normativa fixada a la secretaria general de l'esport de la Generalitat de Catalunya a través del Consell Català de l'Esport.

-Sol·licitud NIF: Un cop l'associació estigui inscrita provisionalment, podeu obtenir un NIF provisional a les Delegacions d'Hisenda .
El NIF és un document necessari per tal de poder iniciar l'activitat econòmica de l'associació, per exemple per poder emetre factures.

La documentació que cal presentar a Hisenda és:

1. Model 036 emplenat (model esmentat en la creació d'una empresa).
2. Còpies dels documents presentats al Registre d'Entitats Esportives de la Generalitat de Catalunya (estatuts, acta fundacional i sol·licitud).
3. Fotocòpia del document identificatiu de la persona que signa el Model 036 (que ha de ser un dels socis fundadors de l'associació).

4-Part pràctica

4.1-COM UN JOC

A continuació es presenta un apartat molt important del treball, on començo a relacionar la part teòrica de les empreses amb un joc , concretament amb els escacs.

Per tal de dur a terme aquesta part , m'he basat en les idees de Miguel Illescas en el seu llibre titulat "Jaque mate".

En aquest llibre el gran mestre Miguel Illescas ens explica la seva experiència, anècdotes i la manera de pensar des de diferents punts de vista: com a escaquista, com a empresari, com a entrenador d'un campió mundial i com a assessor en el desenvolupament d'una màquina d'escacs. Des d'aquestes diferents visions ens intenta explicar els hàbits i mètodes de treball dels escaquistes i a la vegada aplicar aquestes idees al món de l'empresa i la vida professional.

Els temes principals que tracta són: el talent de cada jugador, la posició en que et trobes en la partida, com saber intuir, el càlcul, la creativitat, l'anàlisi de la partida, l'estratègia i la tàctica.

Talent

Tothom té un talent, és necessari descobrir-li i perfeccionar-lo, en funció del talent que tingui el jugador, adaptarà el seu estil de joc de manera que pugui fer servir els punts forts, s'ha de dur la partida cap a on et sentis més còmode. Tot i així cal treballar la debilitat per tal de millorar-la.

Uns requisits necessaris per ser un bon jugador són: memòria, concentració, atenció, càlcul, planificació, organització ús de la intel·ligència lògica-espacial i la capacitat d'anàlisi i síntesi.

" Els escacs, com tot, es pot aprendre fins a un cert punt. La resta depèn de la naturalesa de la persona" (José Raúl Capablanca)

Posició, Intuïció i càlcul

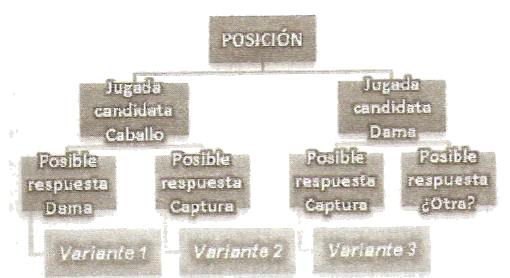
Un bon jugador sempre ha de mirar el global del taulell i no centrar-se en la seva meitat.

Per tal de conèixer la posició actual s'ha de fer un estudi a fons tot avaluant el balanç del material, la seguretat del rei, activitat de les peces, establir punts forts i dèbils.

A partir d'aquest estudi treus unes conclusions útils per passar a la següent fase que és l'elecció de la jugada a curt termini i llarg. En el cas que hi hagi hagut a la primera fase un càlcul erroni, pot significar un punt dèbil pel desenvolupament de l'estratègia, per això és necessari dedicar molt de temps en la primera etapa reflexionant molt i actuant poc.

Posició actual \longrightarrow Realitat actual, jugada \longrightarrow Posició futura (fent servir l'observació, entendre, deduir, planificar, calcular i actuar)

ARBRE DE VARIANTS



Dintre de tots els càlculs que fas, cal tenir en compte l'amenaça del rival, les "armes" que té, és per això que quan penses fer una jugada arriscada cal pensar totes les respostes que pot fer el rival en el següent torn.

La millor jugada sol ser la més arriscada i complicada de calcular mentre que les dolentes solen ser més senzilles.

Pel que fa a l'actitud un escaquista ha de tenir la triple C: Concentració, creativitat i confiança.

La concentració s'ha de tenir perquè un error en el càlcul pot ser fatal. La creativitat s'ha de tenir ja que la monotonia porta l'avorriment i això a ser mediocre. Finalment la confiança per evitar entrar en pànic, moure't en seguretat i determinació.

Per altra banda existeixen tres tècniques útils per atacar l'arbre de variants, anomenat triple E: eliminació, extrapolació i exploració.

El procés d'eliminació consisteix en localitzar i descartar les jugades dolentes que raonant són ridícules, però molt de cops això no és suficient i per tant cal seguir descartant.

L'extrapolació consisteix en fer servir experiències i situacions que hagi tingut, per tal d'aconseguir reduir les opcions fins a 4 o 5 i cadascuna d'ella amb 2 possibles respostes com a màxim.

Finalment a partir de l'exploració, que es sol fer a l'inici, consisteix en "investigar" les opcions que segons el rival et poden anar millor.

Si a partir dels càlculs el jugador encara no ha elegit la jugada es recorre molt sovint a la intuïció.

"La formulació d'un problema és més important que la seva solució" (Einstein)

"La raó tem a la derrota, però la intuïció gaudeix de la vida i els seus desafiaments" (Paul Coelho)

"Jo calculo una sola jugada però és sempre la millor" (José Raúl Capablanca)

Creativitat

Per tenir èxit s'ha de ser creatiu, , no és suficient tenir una nova idea, sinó que ha de ser en el moment just i amb una visió de futur apropiada i dinàmica. Cal fer-se la següent pregunta: Com interactuarà amb les altres novetats que apareixeran?

L'excés d'informació és tan greu com l'escassetat i degut a les noves tecnologies hi ha una gran abundància. En el cas dels escacs, les millors jugades ja han estat descobertes i no queda gaire a descobrir. Això fa que en el futur ja no hi hagin compositors sinó interpretadors.

Pot ser útil relacionar la innovació amb l'hàbit d'actuar contra els criteris establerts.

En la recerca de nous camins mai s'ha de donar res per fet ja que pot ser que aquesta idea encara no estigui feta.

Parla amb les peces, pot ser que una torre et digui que li agradaria ocupar una línia oberta i a partir d'aquí que hi hagi una ruptura en un sector del taulell. Pot ser que el rei es queixi d'un refredat per no disposar de suficient protecció o que un peó admeti estar patint un gran estrès per la pressió de les peces enemigues.

"Si vols ser un gran científic dedica't un quart d'hora al dia a pensar el contrari del que pensen els altres" (Einstein)

"La veritable creativitat parteix del coneixement" (Kaspárov)

"Els que pensen que tan sols s'aprèn de l'experiència pròpia són uns tontos, jo prefereixo aprendre dels errors dels altres i evitar pagar el preu pel meu compte" (Otto Von Bismarck)

Anàlisi

A part de l'estudi del rival, cal estudiar-te a tu mateix.

Un cop s'ha acabat la partida s'ha d'analitzar des d'un principi totes les jugades per intentar identificar els errors, però, qui et diu si un moviment és bo o dolent?. Per això és millor fer servir el mètode retrospectiu, és a dir començar fent l'anàlisi pel final i mirar quan és que la balança s'ha decantat cap a l'altre costat. És possible que analitzant descobrim el punt que ha fet fallar tot el procés posterior o veure el que et pensaves que el mèrit venia d'una jugada, vingués de la preparació anterior. Es mira la causa-efecte.

Per analitzar una acció s'ha de mirar des de diferents perspectives, per això és aconsellable reunir-te amb: un neutral i objectiu, un que expressi les seves emocions, el pessimista, l'optimista, el creatiu i el coordinador de la resta.

Abans de jugar convé l'anàlisi de la situació, estudiar el present sense precipitar-te, comprendre la realitat de manera objectiva i enfocar els problemes amb confiança, posant-nos en el lloc dels altres i gestionant les nostres emocions.

*“Necessitem conèixer el passat per enfrontar-nos al present i preveure el futur”
(Paul Johnson)*

“Una partida d'escacs es divideix en tres etapes: la primera és quan estàs segur que tens avantatge, la segona quan creus que tens avantatge i la tercera quan te n'adones que perdràs” (SaviellyTartakower)

Estratègia

La premissa de l'estratègia és que primer sempre hi ha una cosa a fer i segon que l'estratègia és quelcom que no s'ha de tractar amb pressa.

Per desenvolupar un hàbit estratègic convé avaluar. L'estratègia té a veure amb la planificació a llarg termini mentre que la tàctica a curt, tot i que és difícil establir la frontera.

La base de l'estratègia és l'avaluació.

Valors tangibles, com és el valor material de les peces o perceptibles però molt dinàmics, com l'activitat d'elles, sense oblidar la seguretat dels reis, analitzat tant des del punt de vista dinàmic com estructural.

O valors intangibles associats al factor temps, desenvolupament o iniciativa.

Aspectes claus de la pràctica estratègica:

- Profilaxis: Consisteix en detectar el perill abans que succeeixi.
- Anticipar-te: Consisteix en acceptar la realitat actual i aplicar estratègies per evitar fets en el futur.

Tant la profilaxis com l'anticipació van relacionats amb els objectius, per tant, cal fixar uns objectius i propòsits raonables.

- Flexibilitat i resistència al canvi: Cal abandonar la idea del pla perfecte i fer una cadena de plans sotmesos en constant revisió, ja que la societat canvia.
- Innovació: Únic element capaç de provocar un desequilibri.

**PLAN PROPIO → JUGADA PROPIA → JUGADA DEL RIVAL
→ ¿PLAN DEL RIVAL? → NUEVA POSICIÓN → ANÁLISIS Y
REEVALUACIÓN → NUEVA
FORMULACIÓN ESTRATÉGICA → NUEVO PLAN**

“Estratègia és el que s’ha de fer quan no hi ha res a fer” (SaviellyTartakower)

“Dos exèrcits són dos cossos que es troben i tracten d’eliminar-se l’un amb l’altre, hi ha un instant de pànic, i aquest instant ha de ser convertit en avantatge”(Napoleó)

“Tan sols s’ha d’atacar quan es té avantatge i s’ha de fer o es perdrà l’avantatge” (Wilhelm Steinitz)

“S’ha de trobar la millor jugada contra el rival en concret, tenint en compte les seves característiques i el seu estil de joc” (Emmanuel Lasker)

Tàctica

En els escacs un pla bo pot resultar dolent si s'executa massa lent, ja que desencadena a la falta de determinació. S'ha de ser audaç i has d'aprendre a escoltar.

Els errors que es produeixen en una partida es classifiquen en:

- Errors tècnics: El jugador no ho sap ni ho compren.
- Errors de càlcul: Es falla en posicions complicades amb múltiple elecció.
- Mala preparació prèvia: Degut a temps insuficient o mètodes inefectius.
- Mala gestió de la fase d'anàlisi: S'ignora informació o s'interpreta malament.
- Mala gestió estratègica: Pla dolent o poc realista, falta de pla.
- Mala gestió tàctica: No s'actua segons el pla, no es presta atenció al rival.
- Mala gestió del temps: Es juga massa ràpid o lent.
- Mala gestió física: Son, cansament, poca concentració.
- Mala gestió emocional: Relaxació per l'èxit, depressió després del fracàs, ansietat, estesament.

En la fase tàctica s'ha de fer servir l'objectivitat, no t'has de deixar influenciar per lo succeït anteriorment.

"Les bones posicions no guanyen partides, les bones jugades sí" (Gerald Abrahams)

"Al jugar els escacs podem aprendre primer previsió, segon prudència i tercer cautela" (Benjamin Franklin)

4.1.1-EMPRESA I JOC

Els escacs es desenvolupa en un tauler (mercat) on un jugador (executiu) competeix contra un ferotge adversari (competència). Per a això, disposa d'unes peces (recursos), de les que té cura i valora (responsabilitat), a les que ha de governar (assignació de tasques o projectes) i harmonitzar (treball en equip) en funció d'un plantejament inicial (estratègia) i d'una o diverses tàctiques (capacitat de reacció), molt condicionades per situacions o necessitats puntuals. El jugador ha de disposar de la virtut de l'autocontrol, de capacitat de càlcul i d'avaluació (pla de negoci), ha de ser capaç d'assumir riscos i de prendre decisions, d'armar-se en la defensa i de maniobrar en atac (política de preus, campanyes de màrqueting, etc.), quan l'adversari mostri debilitat o bé, llanci una ofensiva sense compassió contra la seva línia de flotació. Tot amb l'objectiu final de convertir en determinant la millor posició (avantatge competitiu). El jugador d'escacs és, d'altra banda, lleial, cavallerós, i respectuós, sense excepció, les regles (lleis del mercat)escrites i no escrites que l'esport de les seixanta-quatre caselles exigeix. Fins i tot, forma part d'aquest codi deontològic inexistent, d'aquests valors inherents als escacs, el gestionar de la forma més adequada, respectuosa i elegant, tant la victòria com la derrota.

Comparació

- L'escaquista mira el conjunt de les seves habilitats i examina als seus rivals.
Cada empresa desenvolupa i aposta per un talent que domina, així algunes aposten per la qualitat i la innovació, altres abaratir costos i reduir marges per oferir el millor preu i la resta intentar mantenir un equilibri entre qualitat-preu.
- No importa quantes jugades s'és capaç de calcular, sinó com s'arriba a la conclusió sobre quina és la millor.
En el món de l'empresa no és important la quantitat d'anàlisis que es realitzen sinó la qualitat d'aquestes.
- Un bon escaquista per molt que li cridi l'atenció l'acció que es desenvolupa, ha de fer una ràpida visió al conjunt de la posició.
L'empresa ha de tenir una visió global i no centrar-se únicament en l'interior.

- Malgrat no tenir una bona jugada s'ha de moure les peces.
L'equivalència en l'empresa és la insistència, perseverança, no rendir-se i buscar mètodes alternatius.
- Per tal d'evitar el "jaque mate" pel camí es van sacrificuen peces, això et permet seguir disputant la partida.
En molts casos, l'empresa ha d'optar a dur a terme la jugada que la permet seguir en peu, encara que signifiqui tenir pèrdues actuals per tal d'esperar en el futur beneficis.
- La creativitat és el valor diferencial en els escacs per destacar sobre la resta de contrincants.
En l'economia, on hi ha un entorn competitiu, la capacitat d'innovació és molt important. Les grans companyies fan un gran esforç en l' R+D+I (Recerca, desenvolupament i innovació).
- Les tres etapes dels escacs són: anàlisi o estudi de la realitat, estratègia o fase de planificació i tàctica o fase d'acció.
En l'empresa són: anàlisi interna i externa, formulació de l'estratègia i implantació de l'estratègia.
- Les capacitats que ha de tenir un escaquista són: càlcul, concentració, memòria, resistència, temple, estratègia, experiència, creativitat, intuïció. Tot això li permet comprendre les coses instantàniament sense haver de raonar, distingir les posicions que requereixin una anàlisi concret i profund d'altres que l'elecció de la jugada es basa en procediments estratègics i intuïtius.
Tots els valors anteriors són aplicables a l'empresa, ja que si no hi ha concentració una errada en el càlcul pot resultar fatal, la creativitat és una condició necessària si es vol aconseguir l'excel·lència, la monotonia porta a l'avorriment i la mediocritat, pel que fa a la confiança és necessari per evitar no tenir el control de la voluntat i acabar cedint a la pressió (per moure's en seguretat i determinació), la intuïció per poder predir i avançar-se a esdeveniments futurs...
- La profilaxis i prevenció en els escacs pot servir per saber i detectar el perill abans de que es facin les jugades.
En l'empresa, la millor manera d'afrontar la crisi és preveure-la amb antelació i prendre les mesures adequades.

- La flexibilitat és una capacitat comuna als dos móns en els escacs per canviar d'estratègia i plans inicials si no donen resultats i en l'empresa per gestionar les polítiques de canvi i afrontar les crisis.
- Un cop acabada la partida es fa "l'anàlisi post mortem", analitzant juntament amb el rival els moviments.
L'empresa ha de tenir un mètode analític per estudiar un assumpte partint del resultat final, fent un recorregut cap enrere per trobar les causes de l'èxit o fracàs.

"Els jugadors d'escacs són persones molt creatives. Pera tenir èxit has d'estar pensant constantment en noves idees. El mateix es pot dir en el camp de l'economia. Segurament en qualsevol branca, per a tenir èxit s'ha de ser creatiu"

Kenneth Rogoff (economista, Gran mestre d'escacs, cap de l' FMI i professor d'economia a la Universitat de Harvard)

"Els escacs m' ha donat una gran capacitat d'autocontrol per a saber que no es guanya la partida en tan sols una jugada, sinó en varies jugades després. I m'ha ensenyat també a jugar les meves cartes a l'empresa, perquè un no pot precipitar-se a l'hora de moure fitxa, però tampoc ha de pensar en una jugada fins l'infinít, a l'espera d'acumular més i més informació"

Salvador Alemany (President Abertis)

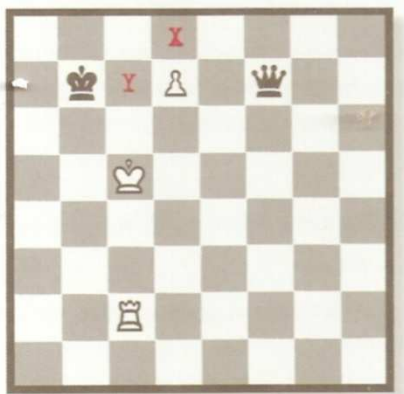
"Ser un broker requereix certament nervis d'acer i també l'habilitat de mantenir la concentració durant llargs períodes, com en els escacs, però el que faig és molt diferent [...] Mentre vaig desenvolupar les meves tasques a l'FMI, la meva experiència en els escacs em va resultar especialment útil en les negociacions, ja que em va ajudar a posar-me en la pell dels meus interlocutors de manera molt disciplinada i també aparentar molta tranquil·litat. Altra gent pot desenvolupar aquestes habilitats per altres mitjans, en el meu cas a través dels escacs"

Kenneth Rogoff (economista, Gran mestre d'escacs, cap de l' FMI i professor d'economia a l'Universitat de Harvard)

4.1.2-RELACIÓ DE LES TÀCTIQUES D' ESCACS I LES DECISIONS EMPRESARIALS

A continuació pretenc establir un paral·lelisme entre una selecció de jugades dels escacs i el seu equivalent en el món empresarial tot exposant alguns exemples reals.

Promoció del peó



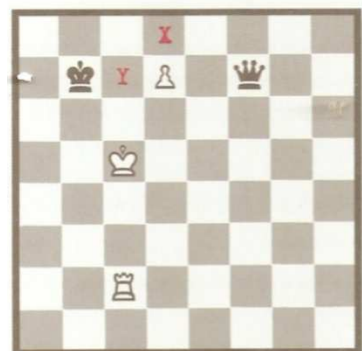
Quan un peó aconsegueix arribar al costat oposat del taulell, pot actuar com la peça que elegeixi a excepció d'un altre peó o de rei.

En l'empresa significa que quan s'arriba al punt de destí, mitjançant les estratègies adients, o uns objectius marcats, s'obté uns guanys, beneficis o un profit que t'ajudarà a aconseguir els objectius finals.

Pot tenir una altra interpretació, que consisteix en l'ascens de la responsabilitat en el seu càrrec a conseqüència de l'increment d'experiència i coneixements d'aquella empresa.

Subpromoció del peó

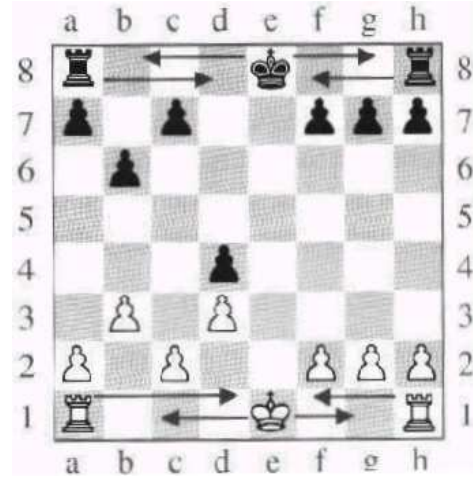
Consisteix en fer la promoció del peó, en la que normalment s'elegeix la dama perquè és la que té major rang, però en canvi, com és el cas de la foto va millor elegir una peça de menor rang, com és el cavall, ja que es veurà obligat a sacrificar la reina per salvar l'escac al rei.



Aplicat a l'empresa és la renúncia d'obtenir un millor producte de més qualitat (la dama) elegint un producte de menor rang (el cavall) però que en la situació actual del mercat és més ben acceptat. També es pot interpretar des de la perspectiva de la inversió i el seu risc, és a dir, no sempre el millor és elegir l'opció que et pot donar més beneficis ja que normalment és la que comporta més risc.

Enroc

Aquesta és una jugada en la què es fa servir el rei i la torre. Cada jugador tan sols la pot fer servir una vegada durant la partida i sota unes condicions especials. Serveix per treure el rei de la posició de partida on està molt insegur i situa la torre al centre on és molt útil.



Condicions:

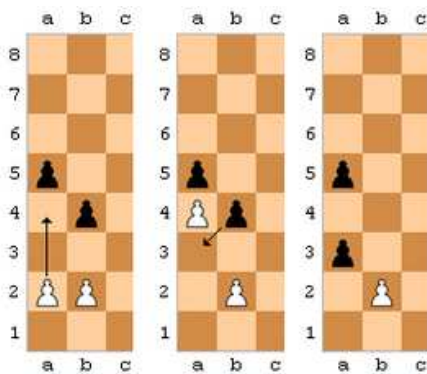
- El rei i la torre no s'han mogut durant la partida.
- No hi ha una altra peça a la seva trajectòria.
- El rei no està en escac en aquell instant.
- El rei no passa per una posició d'escac al realitzar el moviment d'enroc.

Significa la millora en el posicionament del producte (rei) situant-lo en una posició forta on es pot aconseguir un millor resultat en el negoci.

Fusió per enfortir una empresa. A més a més, també es pot entendre com a la fusió de dues empreses amb la intenció que l'empresa més forta ajudi a la dèbil.

Exemple: Un cas real serien el conjunt de fusions de bancs i caixes on l'empresa forta absorbeix la petita per tal d'ajudar-la a fer front a la demanda

Capturar al pas



És la manera de capturar un peó contra un altre immediatament després que un hagi fet el doble moviment inicial. Aquests dos peons es trobarien de costat i el que no ha fet el moviment inicial el mata fent el moviment normal d'un peó.

Quan una empresa recent creada vol accelerar el ritme per situar-se al nivell d'una altra amb més experiència, quota de mercat i economia d'escala, és molt probable que l'empresa amb poca experiència no pugui fer front a les barreres d'entrada.

No s'ha de voler córrer i s'ha de pensar en l'estratègia adient sobretot en els casos que hi ha empreses amb avantatges competitius.

La clavada



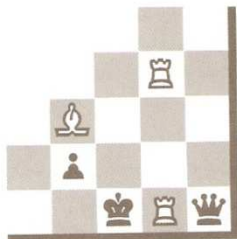
La clavada és una tàctica defensiva que implica impedir o restringir el moviment d'una figura adversària.

Aquí la torre negra està immobilitzada per l'alfil blanc. No pot moure's sense posar el rei en escac. Les negres tan sols es poden escapar movent el seu rei, però llavors les blanques capturaran la torre.

Extrapolant-ho a l'empresa significa la protecció de la debilitat sobreposant un punt fort repercutint al progrés d'aquesta fortalesa per tal d'evitar mostrar la debilitat.

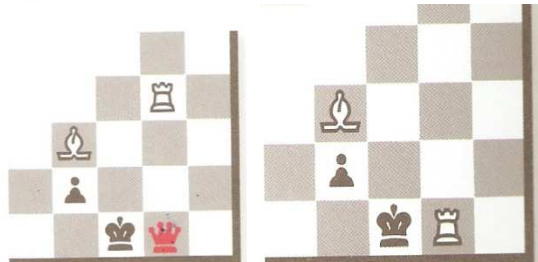
Exemple: Les peces negres són l'empresa Apple i les blanques Samsung, últimament Samsung ha guanyat terreny en la telefonia, a causa d'això Apple ha volgut treure un producte innovador (un rellotge intel·ligent) per "protegir-se".

Els sacrificis



Aquesta tàctica implica sacrificar una figura per tal d'obtenir un millor resultat més endavant.

En aquest cas, el rei negre està en escac. El rei no pot capturar la torre ja que llavors es col·locaria en posició d'escac de l'alfil. L'única jugada possible per les negres és que la reina capturi la torre.



La torre és un sacrifici, perquè permet que les blanques guanyin alguna cosa millor, en aquest cas l'escac i mat.

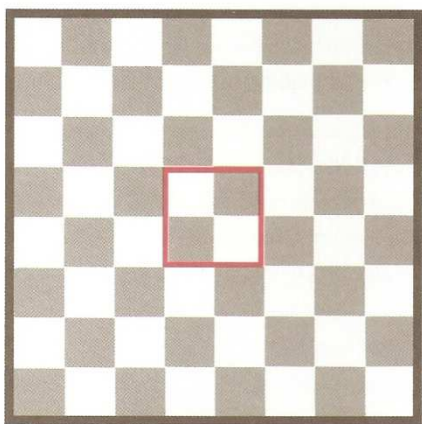
Quan una empresa es planteja uns objectius a assolir, ha de desenvolupar un pla estratègic que té en compte que per arribar a aquests objectius s'han de fer uns sacrificis (retallades, reduir beneficis a curt termini, generar més despeses en inversions, tancar unes sucursals per potenciar altres, deslocalització...) que a llarg termini poden generar uns guanys i èxits en les tasques.

4.1.3-RELACIÓ POSICIONS I PECES

En aquest apartat explicaré el que s'anomena joc posicional, que significa a on s'han de col·locar les peces per enfortir la seva posició i debilitar el seu adversari. Una bona posició es dona quan les peces estan ben situades per l'atac o la defensa.

De la mateixa manera, que la situació que es troba l'empresa dintre el seu entorn.

La posició central



La part més important és el centre del taulell ja que sovint les dames i els alfils passen per allà. A excepció de la torre, qualsevol peça que ocupa el centre té una millor mobilitat.

Per exemple, quan un cavall ocupa una de les quatre caselles amenaça vuit caselles, mentre que si està situat a una banda tan sols a dos.

Si no es pot ocupar el centre s'han de col·locar les peces de tal manera que el puguin amenaçar

Quan una empresa ocupa la posició de líder, té la major quota de mercat (posició central) pot optar en defensar la seva quota de mercat o ampliar-la.

Moltes empreses (rival) fan de reptador, és a dir decideixen augmentar la seva quota i arrabassar-li la posició al líder.

En el cas dels escacs no existeixen empreses seguidores ni especialistes, ja que ets el líder o ho vols ser, no pretens seguir la corrent al líder.

Posicions obertes i tancades

Obert



Tancat



Sobre el taulell hi ha dos posicions extremes, obertes i tancades.

En les posicions obertes les files, columnes i diagonals estan obertes, el que significa que els alfils dames i torres poden moure's amb bastant llibertat.

En la posició tancada, el taulell està més ple i els cavalls estan en el seu element, ja que poden saltar per sobre de les altres peces.

Quan un mercat està poc concentrat, les empreses tenen més llibertat en les seves decisions, per tant té més moviment (posició oberta). En canvi quan està concentrat tens menys marge de maniobra i depens més del que faci la competència (posició tancada).

Exemple: el mercat de les verdures és un mercat tancat ja que té un gran nombre de competència, mentre que el mercat de la telefonía és més obert a causa d'una menor competència

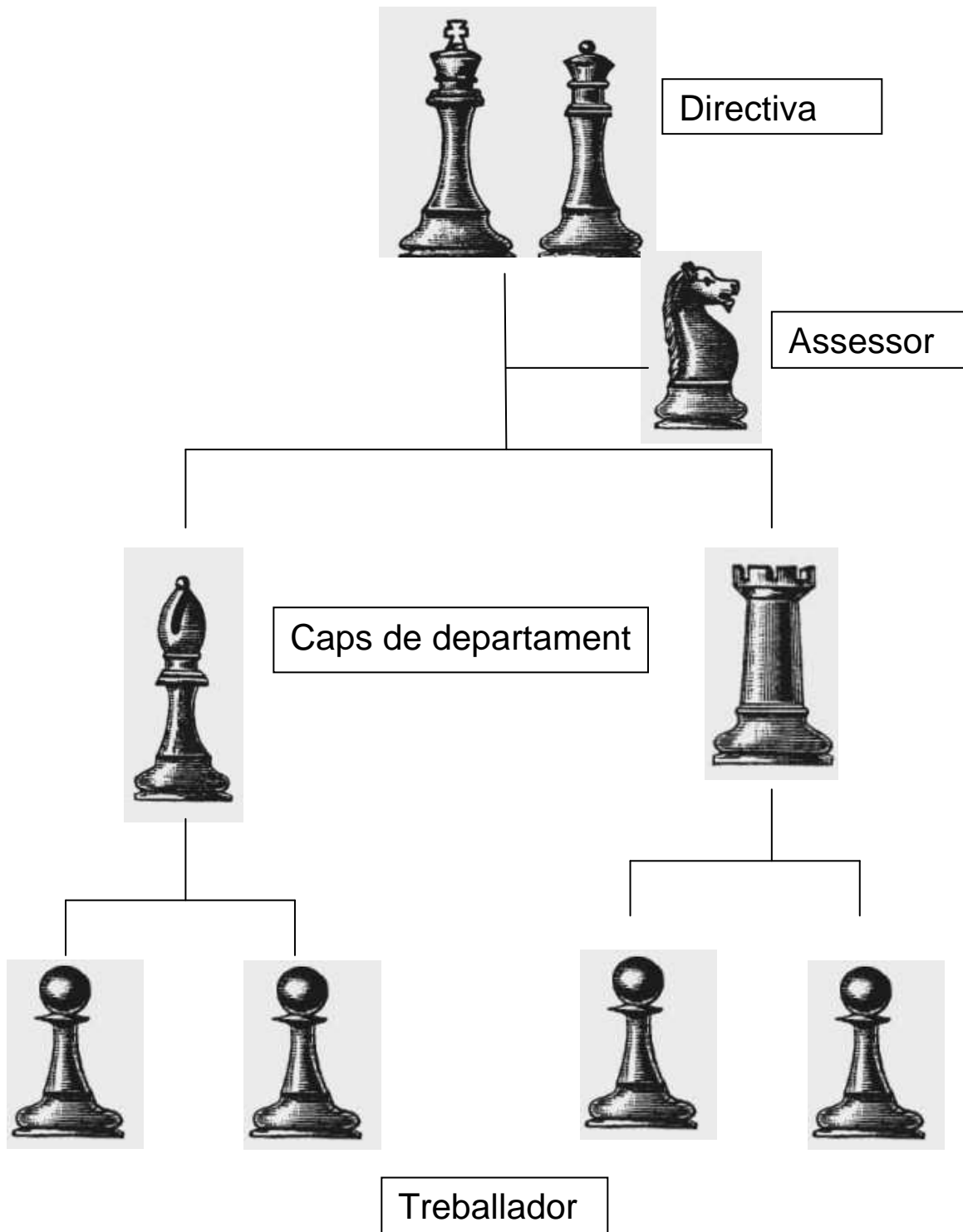
Posició mantenir-se actiu

Significa que quan mous una peça has de desenvolupar la seva posició (per exemple, el nombre de caselles que pots atacar o a on es pot situar), o la posició d'altres peces (per exemple, el peó pot obrir camí per a l'alfil o la dama).

L'empresa ha de tenir una bona planificació tenint en compte que els recursos que disposa estiguin actius.

Exemple: Per tal d'obtenir el màxim rendiment s'han de tenir tots els treballadors en funcionament.

Organigrama escaquista



Per tal d'explicar l'organigrama i la seva relació amb l'empresa cal considerar la tasca que cada peça duu a terme en la partida.

Peces

- Peó: El peó passat a l'empresa és el conjunt de treballadors degut al seu moviment senzill i limitat de moviments, a part de ser la peça amb més nombre.
- Torre: La torre és un cap d'àrea amb direcció autoritària degut al seu moviment recte. Les seves decisions pertanyen a l'estratègia funcional, decisions a curt termini.
- Alfil: L'alfil és un cap d'àrea més permissiu i democràtic degut al moviment més "ondulat". Les seves decisions són les mateixes que una torre.
- Cavall: El cavall degut al seu moviment complex, demostra astúcia, és a dir idees, en el cas empresarial serien els assessors. Forma part de l'estratègia corporativa, procura pel creixement futur de la partida.
- Rei i Reina: Al ser les peces més importants, representen els alts directius de l'empresa. Duen a terme les estratègies corporatives.

4.2-EMPRESA I CLUB ESPORTIU, UNA SOLA REALITAT?

En aquest apartat faré la comparació entre els tràmits de creació de les empreses i la dels clubs esportius. Tot seguit compararé la semblança de les estratègies i decisions que prenen ambdues parts.

4.2.1-ANÀLISI CONJUNTA DELS TRÀMITS DE CREACIÓ

- En l'empresa és necessari buscar un establiment on dur a terme l'activitat econòmica, ja sigui fàbrica, despatxos, magatzems...
Els clubs han de buscar una recinte esportiu que dependrà segons la varietat d'activitats esportives que duen a terme (camps de futbol, bàsquet), a més a més cal disposar d'oficines on la directiva puguin realitzar les tasques pertinents.
- L'empresa es crea a partir de diversos socis que volen portar a terme una activitat empresarial
El club esportiu s'agrupen un conjunt d'aficionats que tenen un mateix interès comú d'un o més esports.
- Per constituir una empresa s'ha de fer a través d'una escriptura pública que es realitza davant del notari
Mentre que en el club esportiu es formalitza mitjançant uns estatuts de l'associació.
- L'escriptura pública de l'empresa s'ha de portar a registrar en el Registre Mercantil
L'estatut de l'associació s'inscriu al Registre d'Entitats Esportives de la Generalitat de Catalunya
- Ambdues parts han de sol·licitar prèviament el NIF/CIF mitjançant una declaració de censal alta a la Delegació d'Hisenda, que el servirà per identificar-se com a societat o empresa.

Un exemple que el club esportiu va cada cop més cap a empresa:

Hisenda obliga a donar d'alta els entrenadors de totes les categories, una despesa inassumible per a molts clubs

Imprimeix Enviar a un amic Comparteix

M'agrada 0 Tweet 1 +1 0



El bàsquet, un gran exemple d'esport en risc real.

La nova llei de l'esport obligarà els clubs a donar d'alta a la Seguretat Social els entrenadors de totes les categories amateurs. L'esport català diu que això representarà una despesa inassumible per a molts clubs. Per això, els clubs catalans de bàsquet s'han unit per intentar trobar-hi una solució.

A Catalunya viuen **tres milions de persones lligades a l'esport** i hi ha **més de 16.000 associacions** i clubs amateurs sense cap ànim de lucre que fan una funció formativa del tot allunyada de l'economia productiva. **El teixit socioesportiu català està en joc.**

L'administració central, a través de la Seguretat Social, **vol regular tots els**

pagaments que aquests clubs fan als seus jugadors i entrenadors de base. Àrbitres, auxiliars, delegats... Pagaments gens significatius que freguen la gratificació i que a partir de l'1 d'octubre la inspecció de Treball obligarà a declarar.

Les altes a la Seguretat Social poden augmentar les despeses en un 40% i amb una retroactivitat dels últims cinc anys. L'estat del benestar esportiu, no professional, en greu perill.

La Federació Catalana de Bàsquet té 70.000 llicències, 1.100 àrbitres i 2.250 partits setmanals, 70.000 anuals. Un gran exemple en risc real. Una solució passa, segons la moció proposada per la Unió de Federacions Esportives, per fer una interpretació més àmplia de la llei.

Catalunya és la comunitat on s'han fet més inspeccions i on ja s'han imposat les primeres multes importants.

Font : web "Esport3"12/7/13

4.2.2- LES ESTRATÈGIES DELS DOS MONS

CORPORATIVA

- Anàlisi del medi extern de l'empresa, tot avaluant les diverses oportunitats de negoci ofertes pel mercat.
En el cas del club esportiu, faria referència a si seria ben acceptada la formació d'un club esportiu en aquell territori.
- Definir els productes, mercats i ubicacions geogràfiques a més de la capacitat de l'empresa.
Definir la plantilla de cada esport, mercats on pots obtenir més beneficis a partir de partits amistosos, publicitat...
- Segmentació del negoci tot definint les perspectives que seran dirigides al mercat que es mou l'empresa de manera efectiva.
Segmentar els diferents esports amb les seves estructures i personal que dirigirà cadascun d'ells.
- Determinar l'amplitud de cada activitat que duu a terme l'empresa.
Definir la rellevància que té cada esport dintre del club.
- Filosofia corporativa: Proporcionar un tema unificador i una declaració de principis bàsics per la organització.
Utilitzar un lema, estil particular que representi el club (Ex: tots units fem força, solidaritat, joc de possessió...)
- Dissenyar l'estructura administrativa, per crear un conjunt de normes que permetin la descentralització de les activitats de l'empresa.
- Gestió del personal directiu.

NEGOCI

Les principals estratègies serien la definició de la gamma de productes que aporten més beneficis, com competir al mercat amb altres clubs (negociacions de fitxatges, publicitat...)

FUNCIONAL

Defineixen el nombre de productes a fabricar, observar el planter, tasques de finances...

És a dir, tan l'empresa com el club tenen àrea de màrqueting que s'encarrega de les tasques relacionades amb la imatge a més de la venda de productes, àrea d'administració que s'encarrega de l'organització i en tot cas, la més diferent podria ser la de producció, que en el cas de l'empresa fa referència a la producció de béns i en el del club és la producció de jugadors.

Exemples de captació de socis, jugadors i treballadors:

Font: Diari de Girona 11/6/13, 21/9/13

UNIGIRONA
CLUB DE BASQUET

TU ENS DONES L'ENERGIA
ABONA'T

11 partits de Liga Femenina + playoff
Liga Catalana ACB i Femenina
Pàrquing reservat per abonats

30€ 1 abonament
100€ 5 abonaments

+ info www.unigirona.cat - 972 48 39 79 - info@unigirona.cat

Entrada gratuïta amb el carnet d'abonat de l'Spar Uni Girona
XXV Lliga Catalana ACB i Femenina

9 i 10 d'octubre
Pavelló Municipal de Girona-Fontajau

VOLS JUGAR AL CLUB BÀSQUET SANT NARCÍS?

ENTRENAMENTS OBERTS AL PAVELLÓ DE PALAU
dimecres i divendres fins al 21 de juny
Tant per equips masculins com femenins.

Categories preinfantils i infantils
DE 18 A 19.30 H (nascuts els anys 2000 a 2001)

Categories cadets i júniors
DE 19.30 A 21 H (nascuts els anys 1996 a 1999)

També et pots posar en contacte amb nosaltres a través de la nostra web:
www.cbsantnarcis.cat
o bé enviant un correu a:
info@cbsantnarcis.cat

Vine, t'ho passaràs bé i tindràs l'opció de jugar en un bon club de bàsquet. T'hi esperem!!!

vodafone
CUP TELECOMUNICACIONS S.L.

Busquem
COMERCIALS
per al departament d'empreses.

Interessats, envieu el currículum a:
info@cuptel.es

VINE A PRACTICAR
ATLETISME AMB NOSALTRES

CONSULTEU GRUPS I HORARIS DE LA
NOVA TEMPORADA 2013-2014

clubatletismeventallo.blogspot.com

Patrocina Kom construcció i rehabilitació d'espais 647645222

ESTRATÈGIES

-Lideratge en costos

En el cas d'un club esportiu, resultaria invertir més en el planter que en fitxatges de jugadors o en jugadors amb potencial però barats.

Cos tècnic més econòmic.

A la vegada també pot ser abaixar més que els altres clubs els preus dels objectes de màrqueting per captar nous clients.

-Diferenciació

Les estratègies de diferenciació dels clubs esportius fan referència a la distinció d'un estil de joc que el faci identificable per part dels espectadors.

Exemples: joc de contraatac, joc directe, possessió...

-Enfocament

Pel que fa a l'estratègia d'enfocament, són les accions en concret que duu a terme el club en cada disciplina esportiva. Un cas seria l'organització de campus per a nens tot portant jugadors del club.

5-Conclusions

De les hipòtesis de partida d'aquest treball en trec les següents conclusions:

- ❖ El món esportiu i empresarial no són gaire diferents, tot el contrari, són molt iguals amb moltes coincidències, com hem pogut demostrar:
 - Concordança d'empleats, peces i nivells organitzatius.
 - Raonaments que un escaquista fa servir durant el joc amb els de l'empresa.
 - Equivalència de jugades i posicions amb objectius i decisions de l'empresa i el posicionament del mercat respectivament.
 - Els tràmits de creació.
 - Relació de les estratègies corporatives, negoci i funcionals.
 - Similitud a l'hora de buscar treballadors/jugadors.

- ❖ Pel que fa a l'equivalència de peces amb personal d'empresa i nivells organitzatius també es pot trobar una relació a partir del moviments i tasques que duen a terme.

- ❖ El procés de presa de decisions entre els escaquistes i les empreses coincideix, primer s'analitzen a si mateixos, a continuació l'exterior. Tot seguit pensen les estratègies possibles a dur a terme i finalment les duen a terme.

- ❖ En totes les jugades, posicions i decisions escaquistes s'hi pot arribar a trobar una relació amb el món empresarial.

- ❖ Durant la investigació dels passos a seguir en la creació d'empresa he arribat a la conclusió que tant el club esportiu com l'empresa duen a terme en molts casos passos idèntics o molt semblants.

- ❖ Les diferents estratègies empresarials (corporatives, negoci, funcionals, lideratge en costos...), són aplicables als clubs esportius dintre del seu àmbit.

- ❖ Els mètodes empleats per captar jugadors o treballadors són els mateixos, a partir de publicacions al diari, Internet, propaganda... s'intenta aconseguir un mercat més ampli i a partir d'aquí seleccionar els més adients.

- ❖ La importància en el món dels escacs i de l'empresa de la creativitat és un aspecte fonamental per no caure en la monotonia, seguir progressant i tenir èxit.
- ❖ Tot i no ser un tema que tracto en aquest estudi, trobaria adient que les empreses incentivessin tornejos esportius entre altres empreses per tal de tenir un sentiment de cohesió, de pertinença, d'identitat amb aquella empresa, que són aquests sentiments els que hi ha quan pertanyes en un club esportiu.
- ❖ Segons el meu punt de vista i a mesura que he anat desenvolupant aquest treball de recerca, trobaria molt encertat que durant l'època d'aprenentatge i estudis, tant obligatoris com post obligatoris, s'introduís matèries relacionades amb esports estratègics per tal d'incentivar i desenvolupar la capacitat tant estratègica, de raonament, capacitat d'avaluació... dels estudiants. Que els hi poden ser útils de cares a l'entrada en el món laboral.
- ❖ Com a conclusió final i portant-ho a la part personal de jugador de bàsquet federat, després d'haver estat treballant aquest tema, he pogut constatar les mateixes similituds en el món del bàsquet i per tant extrapolar-lo als altres esports.

6-Agraiments

En aquest apartat m'agradaria agrair la col·laboració de certes persones que han col·laborat per tal de que aquest treball s'hagi dut a terme.

Agraeixo a :

- L'assessora d'aquest treball, per la seva orientació del tema, per l'especial dedicació, implicació per proporcionar-me informació complementària al curs de primer de batxillerat, per la predisposició per intentar trobar moments per reunir-me amb ella tot i coincidir en el seu temps lliure...
- La meva mare, pel seu suport, les seves idees, la seva ajuda sempre que ha estat necessària i pels seus ànims en els moments més complicats, on et trobes estancat.
Sense ella, el treball hauria estat molt diferent.
- Al meu pare, per iniciar-me i ensenyar-me en la meva infància el món dels escacs, un tema predominant en aquest treball.
- L'Ajuntament de Tortellà, que durant l'estada a l'empresa m'ha permès poder veure el funcionament d'una empresa des de la vessant del treballador i que em van donar disponibilitat per a realitzar tasques del treball.
- Al professor d'escacs, i a tots els entrenadors de futbol, tenis, bàsquet, que he tingut durant tots aquests anys, que m'han inculcat l' amor als esports.

7-Bibliografia

WEBS

UNIVERSIDAD DE NAVARRA, IESE Business School.(Setembre 2007)
Características estructurales de un club de futbol profesional.

Sandalio Gómez i Magdalena Opazo (Consultat:2013, 23 març).

Disponible a Internet: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0705.pdf>

FONS SOCIAL EUROPEU

Tema 1 L'idea d'empresa, l'empresari i l'entorn.

www.xtec.cat(Consultat: 2013, 27 març)

Disponible a Internet:<http://www.xtec.cat/~mpijuan1/COMERC/CC6/U1.htm>

GENERALITAT DE CATALUNYA

"Formes jurídiques de les empreses"

www.gencat.cat (Consultat: 2013, 28 març)

Disponible a Internet: http://inicia.gencat.cat/inicia/cat/guia_tramits/index44001.jsp

GENERALITAT DE CATALUNYA

Tràmits a seguir per la creació d'una associació esportiva

www.gencat.cat (Consultat: 2013, 27 abril)

Disponible a Internet:

<http://www20.gencat.cat/portal/site/Joventut/menuitem.bff3da723f36edc77839a410b0c0e1a0/?vgnextoid=745802ff1e65e010VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=745802ff1e65e010VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

GENERALITAT DE CATALUNYA,Secretaria General de l'Esport. Consell català de l'esport. (Novembre 2010)

Els clubs esportius a Catalunya

Anna Pruna i Grivé (2013, 4 maig)

Disponible a Internet: http://www.observatoridelesport.cat/pdf/lilibre_clubs.pdf

UNIVERSITAT DE VALENCIA Departament de Direcció d'Empreses (Curs 2011-2012)

Direcció general i estratègica de l'empresa

Joan Ramon Sanchis Palacio (Consultat:2013, 18 maig)

Disponible a Internet:

http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/21442/Materials_docent_assignatura_DGiEE_Grau_FiC-fet.pdf?sequence=1

LLIBRES

Illescas, M (2012) *Jaque mate*. 1ª ed. Barcelona. Alienta Editorial, Centro de Libros PAPP, S.L.U. ISBN: 972-84-15320-56-2

Powell, M (2007) *Ajedrez* 2ª ed. Barcelona. Combel Editorial, S.A. ISBN: 978-84-9825-144-9

Garrido González, A; *Economia de l'empresa 1*, 1ª ed. Espanya. Edebé ISBN: 9828-2009

Garrido González, A; *Economia de l'empresa 2*, 1ª ed. Espanya. Edebé ISBN: 972-84-236-9250-7