

Administración y Gestión de Organizaciones – PEC3

Presentación

Esta es la PEC que aborda, tal y como se indica en el plan docente, las competencias y contenidos correspondientes al Reto 3 de la asignatura llamado *Elaboración de un plan de negocio con aspectos de responsabilidad social corporativa*.

Competencias

Del conjunto de competencias abordadas en la asignatura y que se detallan en el plan docente, las que se trabajan en esta PEC son:

- C1. Conocimiento adecuado del concepto de empresa, marco institucional y jurídico de la empresa.
- C2. Capacidad para identificar las características de los diferentes tipos de organizaciones.
- C3. Capacidad para organizar y gestionar una empresa.
- C5. Capacidad para ejercer la actividad profesional según el código ético y según los aspectos legales en el entorno de las TIC.

Objetivos

Comprender los conceptos introducidos en este reto de aprendizaje y saberlos identificar o aplicar a problemas teóricos y situaciones que emulen la realidad.

Descripción de la PEC

Para el éxito en resolver esta PEC es necesario seguir el ciclo metodológico indicado en el plan docente:

1. Leer las indicaciones de la Guía de Aprendizaje.
2. Leer, comprender y estudiar los recursos de aprendizaje, siguiendo las indicaciones de la Guía de Aprendizaje (punto 1).
3. Iniciar la resolución de la PEC a partir:
 - a. De lo que se habrá aprendido en los recursos de aprendizaje.
 - b. De las posibles indicaciones que dé el consultor vía tablero.
 - c. De aquella información adicional que el estudiante deba obtener -a partir de la bibliografía o de otras fuentes que acceda por su cuenta.
4. Compartir dudas o sugerencias mediante el foro y / o el buzón del profesor.

Recursos

Los recursos básicos para desarrollar esta PEC son los recursos de aprendizaje asociados al Reto 3 que se encuentran en el aula. La utilización de recursos complementarios puede ser necesaria en función de las necesidades del estudiante. En el espacio de aula *Contenidos*, el estudiante encontrará el acceso a la bibliografía recomendada, a otras fuentes de información y herramientas de apoyo adicional .

En esta actividad no está permitido el uso de herramientas de inteligencia artificial. En el plan docente y en el [web sobre integridad académica y plagio de la UOC](#) encontraréis información sobre qué se considera conducta irregular en la evaluación y las consecuencias que puede tener.

Criterios de valoración

La puntuación de cada pregunta se indica en cada enunciado. Se valorará principalmente la corrección de las respuestas en relación a los objetivos y competencias de la asignatura para esta PEC, la capacidad de razonamiento o justificación, y la capacidad de síntesis; pero también la corrección formal de las respuestas y, en su caso, su claridad discursiva o de desarrollo.

Formato y fecha de entrega

La entrega de las respuestas se tiene que realizar en la pestaña del aula denominada Entrega de Actividades, en un fichero o conjunto de ficheros .pdf, .doc, .rtf, o .odt. No es necesario que el mencionado archivo contenga los enunciados. Al pie de página cada alumn@ debe escribir su nombre completo y el número total de páginas que contiene la respuesta.

El nombre del archivo es irrelevante porque el Registro de Evaluación Continuada lo asigna automáticamente.

La fecha límite de entrega son las 24 horas del día 13 de diciembre de 2024.

Las soluciones de la PEC3 aparecerán en el aula el día 16 de diciembre de 2024.

Enunciado de la PEC

Recordad que la capacidad de razonamiento y de síntesis se tendrán en cuenta en la valoración de las cuestiones planteadas.

PREGUNTAS TEÓRICAS (3 puntos)

PREGUNTA TEÓRICA 1 (1,5 puntos)

Lee la siguiente noticia y contesta las preguntas

[Las mujeres en la alta dirección del ecosistema 'fintech', en caída libre: se desploma a la mitad en 2024 \(elespanol.com\)](#)

a) ¿Cómo se manifiesta el techo de cristal en el ecosistema “fintech”?

Según el [informe de AEFI](#), solo un 4% de los emprendedores del ecosistema “fintech” es mujer y apenas un 6% ocupa puestos de CEO o alta dirección.

Por otro lado, el informe recoge datos que reflejan una preocupante caída de la participación femenina en roles de máxima responsabilidad, habiéndose reducido en un 50% respecto al año anterior. Dentro de dichos roles, solo el 36% de las mujeres ocupa cargos directivos, mientras que la mayoría (54%) se encuentra en puestos intermedios o técnicos.

Por último, un 48% de las mujeres profesionales del ecosistema fintech e insurtech reconoce haber tenido que superar obstáculos adicionales para lograr el mismo nivel de éxito que sus colegas masculinos, y casi cuatro de cada diez declaran haber sentido algún tipo de discriminación negativa, lo que supone un aumento respecto a informes anteriores.

b) ¿Cuáles son las políticas de conciliación e igualdad que se ofrecen en el sector?

Destacan la flexibilidad laboral, la cultura empresarial innovadora y el enfoque en los resultados por encima de la presencialidad como factores clave. Por otra parte, aunque el teletrabajo es identificado por casi tres de cada cuatro mujeres como una herramienta que facilita la conciliación, algunas encuestadas mencionan que este podría ser intrusivo si no se respetan los horarios y la privacidad.

Es importante mencionar que tres de cada diez compañías fintech desarrollan planes específicos de conciliación e igualdad, aunque un 20% de las empresas todavía no cuenta con ellos. Sin embargo, el sector muestra una acogida positiva a las actuales políticas sociales de igualdad, con más del 60% de los encuestados confirmando su efectividad y aplicación real en las empresas.

c) ¿Los hombres opinan que hay brecha de género en el sector ?

Un 62% de los hombres dedicados al sector reconoce que las mujeres han tenido que esforzarse más que ellos para alcanzar el mismo nivel de éxito profesional, lo que refleja una creciente conciencia sobre la persistencia de la desigualdad. Además, un 30% observa la existencia de una brecha salarial desfavorable hacia las mujeres en su entorno laboral.

En cuanto a las políticas de paternidad en relación con las de maternidad, un 43% de los hombres considera que las medidas actuales son igualitarias y ayudan a equilibrar las oportunidades entre hombres y mujeres, aunque casi uno de cada cuatro piensa que estas políticas no son del todo realistas en el contexto laboral actual.

d) Haz una valoración crítica del informe al que hace referencia la noticia.

El informe refleja que las mujeres del sector “fintech” e “insurtech” tienen una alta cualificación. No obstante, el emprendimiento femenino cae en el sector y las mujeres que trabajan en él son, en su mayoría, empleadas y no fundadoras. Por otro lado, las políticas de igualdad se consideran un tema de interés, pero los aspectos que más preocupan a los profesionales de la industria son la maternidad/paternidad, la conciliación y el progreso profesional.

En definitiva, el informe demuestra que el ecosistema es favorable para el crecimiento personal y profesional de los empleados y que permite conciliar la vida personal y la carrera laboral. A pesar de esto, aún queda mucho trabajo por hacer para romper el techo de cristal en el sector.

PREGUNTA TEÓRICA 2 (1,5 puntos)

Lee los diferentes tipos de protección que puede solicitar una empresa para proteger una idea y pon el nombre al qué se hace referencia en cada caso:

TIPO DE PROTECCIÓN QUE..	NOMBRE
Solicita una empresa si quiere proteger legalmente el logotipo que utiliza en sus productos,	Marca
Protege una invención nueva que implica actividad inventiva y es susceptible de aplicación industrial.	Patente de invención
Protege invenciones que, siendo nuevas e implicando una actividad inventiva, consisten en dar a un objeto una configuración, estructura o constitución de la que resulte alguna ventaja práctica para su uso o fabricación.	Modelo de utilidad
Se utiliza para distinguir productos o servicios de una empresa en el mercado.	Marca
Protege la expresión tangible de una idea.	Derechos de la propiedad intelectual
Protege la apariencia bidimensional de un producto, como patrones, líneas o colores.	Dibujo industrial
Se utiliza en el ámbito de la moda para salvaguardar la forma de un nuevo diseño de zapato.	Dibujo industrial
Solicita una empresa para proteger el nombre bajo el cual opera en el mercado y es conocida por sus clientes.	Nombre comercial

PREGUNTAS TEST (2 puntos: 0,25 puntos / pregunta)

Este test está formado por 8 preguntas en las que sólo hay una respuesta correcta. Intenta entender los conceptos y aspectos que se plantean para una mejor comprensión del contenido de los recursos. Utiliza la tabla adjunta para las respuestas de este test.

1	2	3	4	5	6	7	8
b	a	b	b	d	c	d	b

1. ¿Cuál es uno de los rasgos de la organización en la era de la información? :

a) Jerarquizada.

- b) **Flexible.**
 - c) Departamentalizada.
 - d) Creativa.

- 2. Según Steinmann y Löhr, ¿de qué tipo son las barreras que se presentan en la actualidad en las organizaciones e influyen con fuerza en el comportamiento de las personas? :
 - a) **Barreras culturales y estructurales.**
 - b) Barreras tecnológicas y económicas.
 - c) Barreras geográficas y políticas.
 - d) Barreras temporales y estacionales.

- 3. ¿Cuál es uno de los objetivos del documento sobre empresa y medio ambiente?:
 - a) Conocer el impacto económico de la empresa.
 - b) **Comprender y analizar la respuesta de la empresa ante la variable ambiental.**
 - c) Desarrollar estrategias de marketing.
 - d) Aumentar la producción de bienes.

- 4. La estrategia de ventaja competitiva perseguida por la empresa **MERCADONA** es:
 - a) Una estrategia de enfoque.
 - b) **Una estrategia de costes.**
 - c) Una estrategia de diferenciación.
 - d) Una estrategia de segmentación.

- 5. Señala cuál de las siguientes afirmaciones es **FALSA**:
 - a) El cálculo del presupuesto de tesorería en una empresa se realiza dentro del Plan económico-financiero.
 - b) El cálculo de los costes salariales forma parte del Plan de organización y recursos humanos.
 - c) La determinación del número de personas no forma parte del plan operativo de una empresa.
 - d) **El plan económico-financiero contempla gestionar las compras.**

- 6. En la empresa **SOCIEDAD, SL** :
 - a) El capital aportado por los socios tiene que ser mínimo de 6.000€.
 - b) No se pueden repartir beneficios.
 - c) **Los socios no tienen que trabajar obligatoriamente en la empresa.**
 - d) Todas las respuestas son falsas.

7. **VODAFONE** dispone de tiendas propias y franquicias. Los franquiciados tienen derecho a :

- a) Una formación previa.
- b) Distribución y suministro de los productos pactados.
- c) Exclusividad territorial según los pactos con el franquiciador.
- d) **Todas las respuestas anteriores son ciertas.**

8. Señala la respuesta **VERDADERA**:

- a) Una de las barreras para el desarrollo de la responsabilidad social en las organizaciones es la claridad a la hora de definir las prioridades.
- b) **La responsabilidad social de una empresa se estructura en diferentes niveles en base a las diferentes áreas de gestión.**
- c) La perspectiva de género es incorporar cuotas femeninas en los espacios de decisión.
- d) Todas son falsas.

PREGUNTA PRÁCTICA (5 puntos)

CASO PRÁCTICO: RESICYCLE

Laura y Carlos son amigos desde la infancia y, hace dos años, decidieron crear una startup llamada ResiCycle, enfocada en promover la economía circular en su ciudad.

Su idea de negocio consiste en desarrollar una plataforma digital que conecte a empresas locales para facilitar el intercambio de residuos y subproductos, convirtiéndose en recursos valiosos para otros procesos productivos.

Graduados en Ingeniería Ambiental, Laura y Carlos, siempre habían tenido inquietudes emprendedoras. Y aunque los dos trabajaban en empresas privadas relacionadas con la sostenibilidad, decidieron dejarlo todo para poner en marcha la empresa.

ResiCycle es un marketplace digital donde las empresas pueden publicar los residuos o subproductos que tienen disponibles, buscar materiales que puedan utilizar en sus procesos y coordinar el intercambio o compraventa de estos recursos.

La plataforma cobra una comisión por cada transacción exitosa. También ofrece servicios adicionales, como asesoría en economía circular y logística para el transporte de materiales.

Aunque los inicios fueron duros, debido en parte a la falta de financiación, las empresas pronto comenzaron a confiar en su propuesta. Hoy facturan un millón de euros y han recibido una ronda de financiación de medio millón de euros por parte de inversores particulares.

Responde a las preguntas que se plantean a continuación:

1. Identifica en el texto dos rasgos que consideres que han caracterizado a los emprendedores y argumenta tu respuesta. (0,5 puntos)

Por una parte, Laura y Carlos han demostrado una gran **iniciativa** por llevar a cabo su idea de negocio y convertirla en una empresa. Por otra parte, también han manifestado **confianza** en sus capacidades y en el proyecto, ya que decidieron dejarlo todo para dedicarse plenamente a él.

2. ¿Cuál sería la misión y 3 valores que definen a la empresa? (0,5 puntos)

La misión de ResiCycle es promover la economía circular mediante el desarrollo de una plataforma digital innovadora que facilite el intercambio de residuos o subproductos entre empresas locales, transformando estos materiales en recursos valiosos para nuevos procesos productivos y contribuyendo así a la sostenibilidad y a la reducción del impacto ambiental.

En cuanto a los valores que definen a la empresa, podemos distinguir los siguientes:

- **Sostenibilidad**, ya que la empresa se compromete a promover prácticas responsables con el medio ambiente y a contribuir activamente a la reducción de residuos y la optimización de los recursos mediante la economía circular.
- **Innovación**, puesto que ResiCycle utiliza la tecnología para abordar y solucionar problemas relacionados con la economía circular y el medio ambiente. Su proyecto permite a las empresas locales explotar económicamente los residuos y subproductos generados a partir de su actividad, evitando así que se desperdicien o se gestionen de forma inadecuada.
- **Colaboración**, dado que la empresa fomenta la cooperación entre empresas locales para crear una red comercial que fagocita el apoyo mutuo a través de la reutilización de recursos. Esto no solo beneficia a las empresas participantes, sino también al grueso de la comunidad, ya que tiene un impacto medioambiental y económico positivo en la zona.

3. ¿Qué posicionamiento ambiental tiene la empresa? Razónalo (0,5 puntos)

La empresa muestra un posicionamiento completamente comprometido con el medio ambiente, ya que su actividad empresarial se centra en promover la economía circular como modelo clave para la sostenibilidad, transformando lo que comúnmente se considera como residuo en un recurso con valor.

4. ¿Cuál sería la estrategia competitiva que define a la empresa? (0,5 puntos)

La estrategia competitiva de ResiCycle se basa en el **enfoque**, ya que ofrece un producto innovador centrado en la economía circular para las empresas **locales** que generan residuos.

Aunque no se especifica en el enunciado si ya existían más plataformas de este tipo, la empresa también ofrece servicios adicionales, como asesoría en economía circular y logística para el transporte de materiales, lo que puede diferenciarla de la posible competencia.

5. Define cuáles son las políticas de marketing que utiliza la empresa. En el caso de que de alguna de ellas no se ofrezca información, haz alguna propuesta. (1 punto)

POLÍTICAS DE MARKETING	
PRODUCTO	<p>El producto actual es una plataforma digital que conecta a empresas para facilitar el intercambio de residuos y subproductos, promoviendo la economía circular. Además, ofrece servicios complementarios como asesoría en sostenibilidad y logística de transporte.</p>
PRECIO	<p>Aunque no se menciona explícitamente, podemos deducir que el acceso a la plataforma es actualmente gratuito. En ella, los propios usuarios suben artículos de forma gratuita, y establecen libremente el precio de los productos que ofertan. Por cada transacción exitosa, ResiCycle aplica una comisión.</p> <p>Respecto a los servicios adicionales, no se ofrecen detalles sobre su precio, pero se podría establecer un precio base y ofrecer descuentos a aquellas empresas que tengan un volumen considerable de transacciones.</p>
PROMOCIÓN	<p>El caso práctico no menciona cómo se promocionan los servicios de la empresa. Como propuesta, se podría crear un perfil en distintas redes sociales, como LinkedIn o Instagram, para mostrar casos de éxito y la utilidad de la plataforma. Por otro lado, también podrían publicarse posts en un blog y realizar talleres y seminarios web sobre economía circular.</p> <p>Por último, también sería buena idea colaborar con medios especializados en el sector para dar más visibilidad al impacto positivo que tiene la plataforma.</p>
DISTRIBUCIÓN	<p>La plataforma se encuentra disponible digitalmente a través de Internet. Como no se mencionan los medios en los que está disponible, se podría recomendar la creación de una aplicación móvil para facilitar el acceso a más usuarios.</p> <p>En cuanto a los servicios ofrecidos, tampoco se revela mucha información sobre su distribución, por lo que se podría sugerir la apertura inicial de una oficina para fortalecer las relaciones con las empresas y facilitar los servicios logísticos.</p>

6. Redacta un posible análisis DAFO a partir de la información facilitada así como de factores que la empresa deba tener en cuenta por su tipo de negocio. Tiene que haber un mínimo de 2 ítems en cada casilla. (1,5 puntos)

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1. Falta de promoción estructurada, ya que no se especifica ninguna estrategia concreta. Esto podría limitar la viabilidad, la exposición y el crecimiento de la plataforma.</p> <p>D2. Aunque no se especifica qué proporción de los ingresos proviene de los servicios adicionales, probablemente la principal fuente de ingresos sean las comisiones por el énfasis que se le da. Por ello, se tendrían que explorar más formas de rentabilizar la plataforma.</p> <p>D3. La plataforma se centra solo en las empresas locales, lo cual limita su rango de expansión.</p>	<p>A1. El auge de otras plataformas de economía circular podrían reducir la cuota de mercado de ResiCycle.</p> <p>A2. Cualquier ley que imponga restricciones al comercio de productos reciclados o usados tendría un impacto considerable en las operaciones de la plataforma, como la directiva fiscal DAC 7.</p>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1. Las instituciones, las empresas, los medios de comunicación y las ONG están volcadas con la sostenibilidad, por lo que esto beneficia a la legitimidad y a la imagen de la empresa.</p> <p>F2. Al permitir que las empresas establezcan libremente los precios de los productos, se fomenta un mercado libre y competitivo, lo que resulta atractivo tanto para compradores como para vendedores.</p>	<p>O1. Hay un interés creciente por la sostenibilidad, lo que se traduce en un mayor uso de este tipo de plataformas.</p> <p>O2. La plataforma puede escalar su operatividad a más lugares, ya que la sostenibilidad es un tema de interés general. Además, hay mercados emergentes con una conciencia medioambiental menos desarrollada que tienen mucho margen de mejora, lo cual supone una excelente oportunidad de negocio.</p> <p>O3. La empresa puede expandir el negocio para añadir al modelo existente el modelo “de particular a negocio”.</p>

7. Redacta una propuesta de código ético para la empresa ResiCycle. Tiene que recoger un beneficio de tipo económico y otro ecológico que la empresa realiza a la sociedad. (0,25 puntos)

El código ético de ResiCycle podría comprometerse a operar bajo los principios de transparencia, sostenibilidad y responsabilidad social. Esto reflejaría los valores fundamentales y directrices de sus acciones para maximizar el impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.

En cuanto a los principios fundamentales de dicho código, podríamos destacar estos dos, los cuales aglutinan tanto un beneficio ecológico como otro económico:

1. Compromiso con la sostenibilidad.

La empresa promueve la economía circular al facilitarle a las empresas una forma de lucrarse con el reciclaje de productos, lo que incentiva la reducción del desperdicio y el riesgo de que estos sean desechados incorrectamente desde el punto de vista medioambiental.

2. Responsabilidad económica.

La actividad económica de la empresa contribuye al desarrollo económico al ofrecer una plataforma que permite a las empresas generar ingresos mediante la compraventa de productos reciclados, lo que fomenta un mercado accesible y justo.

8. Como has visto, el modelo de negocio de la empresa ResiCycle se basa en intermediar en un mercado “negocio a negocio” (también llamado *Business to Business*). Laura y Carlos se están planteando la viabilidad de añadir a este modelo de negocio, un modelo “de particular a negocio”, de manera que una persona o familia pueda ofrecer ciertos residuos y/o productos de segunda mano para aprovechamiento de empresas locales. En relación a lo que se están planteando: ¿Puedes darles algún consejo desde el punto de vista de la viabilidad económica y de aspectos éticos? (0,25 puntos)

Desde el punto de vista de la viabilidad económica, es imprescindible identificar si existe interés de las empresas en adquirir este tipo de residuos o productos por parte de particulares. Para analizar este aspecto, se pueden elaborar encuestas o estudios de mercado para entender las necesidades y capacidades de las empresas locales para integrar estos productos en su fase de producción.

En cuanto a los aspectos éticos, ResiCycle tiene que asegurarse de que los productos o residuos que se suban a la plataforma cumplan con las normativas ambientales y de seguridad pertinentes. Por ejemplo, si se manejan residuos electrónicos, debe garantizarse su adecuado tratamiento.