

Administración y Gestión de Organizaciones – PEC3

Solución

PREGUNTAS TEÓRICAS (3 puntos)

PREGUNTA 1 (1,5 puntos)

A partir del material de la asignatura asociado al módulo 3 y al contenido de la siguiente web:

<https://blog.oxfamintermon.org/los-diferentes-tipos-de-responsabilidad-social-del-ambito-individual-a-las-acciones-gubernamentales/>

responde a estas preguntas:

- a) ¿Cuáles son los niveles de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) según John Hargreaves y Jan Dauman, según el BIT 31 de la asignatura? (0,25 puntos)
- b) ¿Cómo plantea Intermon-Oxfam, en la web referenciada, los niveles de la RSE? ¿Qué diferencia hay. con los establecidos por John Hargreaves y Jan Dauman? (1,25 puntos)

Bit 31

a) John Hargreaves y Jan Dauman definen tres niveles de responsabilidad social de la empresa:

- Por una parte, existen unas responsabilidades básicas derivadas de la propia existencia de la empresa: pagar impuestos, cumplir la ley, etc.
- En segundo lugar, la empresa tiene unas responsabilidades organizativas, derivadas de su relación con todos los afectados directamente por su actividad: contaminación, secreto bancario, etc.
- Por último, la empresa tiene unas responsabilidades sociales con el mundo que la rodea, gracias al cual sobrevive, opera y desarrolla sus actividades.

b) Intermon-Oxfam plantea tres tipos de responsabilidad social que van más allá del ámbito empresarial de John Hargreaves y Jan Dauman, empezando por cada uno de nosotros:

1. Responsabilidad social individual

Nuestros actos individuales, que llevamos a cabo como madres y padres, hijos e hijas, miembros de una comunidad de vecinos, integrantes de un equipo de trabajo, usuarios de determinados servicios o como consumidores... tienen repercusiones sobre las otras personas y nuestro entorno.

2. Responsabilidad social empresarial

Las actividades productivas y comerciales de las empresas repercuten sobre el conjunto de la ciudadanía y el entorno de un modo mucho más amplio y profundo que las acciones individuales.

La responsabilidad social empresarial, también conocida por sus siglas (RSE), es un aspecto que cada día tienen más en cuenta sus clientes y usuarios, conscientes de que la productividad, la reducción de

costes y la obtención de beneficios no pueden justificar de modo alguno la explotación, la violación de los derechos fundamentales de las personas o la degradación del medio ambiente.

3. Responsabilidad social pública o gubernamental

La responsabilidad social es algo que todos y todas compartimos. Sin embargo, la responsabilidad social pública o gubernamental es aquella que tienen las instituciones y las administraciones encargadas de diseñar y ejecutar políticas públicas.

Las acciones de estos organismos, que se concretan en leyes, decretos, regulaciones... tienen una gran repercusión, y muy directa, sobre el entorno natural y social de su jurisdicción.

PREGUNTA 2 (1,5 puntos)

El siguiente artículo presenta 7 ejemplos de emprendedores de éxito:

<https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/ejemplos-emprendedores-modelos-de-negocio-exito/>

Escoge uno de ellos y compara sus características con las establecidas con las del perfil del BIT 41 .

Bit 41, apartado 1.3.2

Se trata de una respuesta abierta. Se ha de comparar el perfil elegido con los atributos de la tabla siguiente:

Rasgos de la personalidad	Capacidades o aptitudes personales	Formación y/o experiencia deseables
<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa. • Decisión. • Asunción de riesgos. • Confianza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades organizativas y de coordinación. • Adaptación a los cambios. • Liderazgo. • Aptitudes negociadoras. • Competitividad. • Capacidad de trabajo. • Resistencia física. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia empresarial directa o cercana. • Conocimiento global de una empresa y/o desempeño de tareas en áreas diferentes de la misma. • Formación específica para la gestión y/o puesta en marcha de una empresa. • Formación técnica, directiva o en el sector de actividad propio de la empresa que vaya a constituirse.

Fuentes: Agence pour la Création d'Entreprises – APCE; *Negocios con futuro. Guía de creación de Empresas*, del Institut Municipal de Formació Ocupacional i Feina. Ajuntament de Palma de Mallorca.

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

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

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

1. En la empresa EVENTOS S.L.:

- a) El capital aportado por los socios ha de ser como mínimo de 6000 euros.
- b) No se pueden repartir los beneficios.
- c) Los socios han de trabajar obligatoriamente en la empresa.
- d) **Todas las respuestas son falsas**

Bit 42 pg. 12

2. Vodafone dispone de tiendas propias y de franquiciados. Los franquiciados tienen derecho a:

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

Bit 41, pg. 7

3. La empresa EVENTOS SL ha adquirido un nuevo ERP. Para ello puede solicitar:

- a) Una patente.
- b) Un modelo de utilidad.
- c) Una marca.
- d) **Ninguna respuesta es correcta.**

Bit 41 pg. 10

4. La empresa EVENTOS S.L dispone de un fichero de datos de contactos con el nombre de la persona y su correo electrónico ¿Qué tipo de nivel de protección le tendría que proporcionar?:

- a) **Básico.**
- b) Medio.
- c) Superior.
- d) Ninguno.

Bit 43 pg. 22

5. La ley de propiedad intelectual protege:
- a) Una idea original.
 - b) El código fuente y objeto de un software.
 - c) Los principios de un programa.
 - d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

Bit 43, pg. 3

6. “Sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales” es la definición de:
- a) Sociedad anónima.
 - b) Cooperativa.
 - c) Sociedad unipersonal
 - d) Sociedad limitada.

Bit 42, pg. 16

7. Somos tres posibles socios y queremos crear una sociedad aportando en total 25.000 euros cada uno, con una responsabilidad limitada al capital aportado. Podríamos crear una:
- a) Cooperativa.
 - b) Sociedad limitada.
 - c) Sociedad anónima.
 - d) Las tres formas societarias serían posibles.

Bit 42 pg. 4

8. El desarrollo sostenible se caracteriza por:
- a) Pretender resolver el mayor problema de la humanidad, la pobreza.
 - b) Garantizar el uso de los recursos por parte de las generaciones venideras.
 - c) Una dependencia mutua entre medio ambiente y desarrollo.
 - d) Todas las respuestas son correctas.

Bit 33, pg. 3

PREGUNTA PRÁCTICA (5 puntos)

A partir de la información y análisis del contexto de la empresa EVENTOS SL responde a las cuestiones planteadas.

Empresa:
EVENTOS, S.L.

Actividad:

Desde 1985, EVENTOS S.L. se dedica al alquiler de equipos audiovisuales con soporte técnico. En la actualidad ofrece un servicio que abarca desde la asesoría técnica para eventos, producción, creación de contenidos, renderización (generación de imágenes 2D y 3D) de los proyectos, ejecución in situ de los mismos, hasta la post-producción de video. Dispone de 40 personas distribuidas en tres sedes: Barcelona, Madrid, Roma.

La empresa desea convertirse en referente del sector, a nivel estatal, en tres años y consolidar la sede de Roma.

1) CUESTIONES EXTERNAS

a)	Legislación y/o Normativa específica: No hay una normativa específica para el servicio que ofrece EVENTOS.
b)	Económicas: Afectación económica por COVID19. El sector de eventos es uno de los más afectados y no se espera una recuperación hasta final del 2021.
c)	Mercado/Competencia: La empresa, dentro del sector, se encuentra en el subsector de eventos Indoor (eventos en espacios cerrados). Dentro de este subsector hay muchos clientes y mucha competencia, que además es agresiva porque es un tipo de servicio en el que existe margen por el que competir (20%). No hay barreras de entrada. Procesos de concentración de empresas – Fusión de empresas-Colonizan espacios mediante contratos (absorben las pequeñas empresas). La demanda no es ordenada. Hay tres épocas del año con más demanda: Septiembre-Noviembre, Enero-Febrero, Junio-Julio.
d)	Clientes: Dentro del subsector Indoor hay distintos tipos de clientes: Grandes corporaciones. Centros de congresos. Laboratorios farmacéuticos. Asociaciones médicas. Agencias o productoras de eventos OPC- Organizador profesional de congresos El perfil del cliente es técnicamente alto y con elevadas exigencias.
e)	Situación política-social: Situación política estatal inestable. Afectación político-social por el COVID19. Atentados en Barcelona afectan a la realización de eventos.
f)	Tecnología: Sector en continua innovación. El COVID19 posibilita la realización de eventos en formato no presencial.

g)	Proveedores-Colaboradores: En el mercado, hay proveedores de los equipos que se utilizan para realizar el servicio. Se pueden encontrar fácilmente proveedores de equipos que cubren toda la gama de requisitos técnicos y de precios. Existe la posibilidad de encontrar Partners de comunicación o informáticos para entrar en otros servicios.
h)	Subcontratación: En el mercado se pueden subcontratar técnicos audiovisuales y empresas con la misma actividad que EVENTOS. En caso de ruptura de stock se pueden subcontratar servicios.
i)	Recursos: La infraestructura externa, la decide el cliente y puede condicionar la actividad. Las infraestructuras viarias, pueden condicionar el servicio (rapidez de reacción) en determinadas zonas geográficas. Fuga del capital humano a la competencia.
j)	Medioambiente: Sensibilidad por el medioambiente por parte de la sociedad en general.

2) CUESTIONES INTERNAS

a)	Facturación/Mercado La empresa, dentro de la península ibérica, se encuentra en el Top Ten. Volumen de facturación del último ejercicio 10M€. 5M en Barcelona, 2M en Madrid, 3M Roma. 25% clientes extranjeros que realizan eventos en España.
b)	Valores (motivación, implicación personal, comunicación interna): La estructura directiva de la empresa se mantiene desde hace años. En este sentido hay poca rotación del personal. En cuanto a los perfiles técnicos hay más rotación. Valores: Competencia, lealtad. Comunicación interna adecuada. Se ha realizado un esfuerzo en cuanto a la compartición de la información.
c)	Formación / Competencia personal: Estructura ajustada y deja poco margen para realizar formación. La formación se está centrando en el tema de contenidos digitales, por la demanda en este servicio. Personal competente. Polivalencia mejorable.
d)	Procesos operativos/Desempeño actual: Procesos eficaces, aunque la eficiencia podría mejorar. Respuesta rápida al cliente. Fiabilidad. Pocos errores en la realización del servicio Estandarización de los procesos mejorable.
e)	Innovación: El proceso de Creación de contenidos: Se ha iniciado, pero se está lejos de la competencia (hasta ahora el contenido lo aportaba el cliente). La empresa no es puntera en cuanto a innovación tecnológica.
f)	Recursos económicos: Economía de la empresa saneada No hay riesgo financiero.

g)	Infraestructura interna Equipos de primeras marcas. Los clientes envían los requisitos técnicos de los equipos. Innovación tecnológica mejorable La infraestructura clave de la empresa es la logística. Disponen de vehículos propios.
h)	Medioambiente Realizan la gestión de residuos mediante un gestor autorizado.

a) ¿Cuál es la misión y la visión de la empresa? 0,5 puntos

Misión:

Alquiler de equipos audiovisuales con soporte técnico.

Ofrecer un servicio que abarca desde la asesoría técnica para eventos, producción, creación de contenidos, renderización de los proyectos, ejecución in situ de los mismos, hasta la post-producción de video.

Visión:

Convertirse en referente del sector audiovisual, a nivel estatal, en tres años y consolidar la sede de Roma.

b) Realiza un análisis DAFO a partir de la información aportada. 1,5 puntos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS	E X T E R N O
<p>O1: Tecnología – Audiovisual- En continua innovación.</p> <p>O2: El COVID19 posibilita la realización de eventos en formato no presencial.</p> <p>O3: No hay barreras de entrada en el mercado</p> <p>O4: Partners de comunicación o informáticos para entrar en otros servicios.</p>	<p>A1: Situación política estatal inestable.</p> <p>A2: Factores externos de fuerza mayor: COVID19, atentados terroristas,</p> <p>A3: Competencia agresiva.</p> <p>A4: Fuga del capital humano a la competencia.</p> <p>A5: Procesos de concentración de empresas – Fusión de empresas-Colonizan espacios mediante contratos.</p>	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	I N T E R N O
<p>F1:Salud financiera.</p> <p>F2:Prestigio en el sector.</p> <p>F3:Respuesta rápida al cliente.</p> <p>F4:Fiabilidad. Pocos errores en la realización del servicio.</p> <p>F5:Equipo humano: Personal competente.</p> <p>F6:Equipos sistemas audiovisuales de primeras marcas.</p> <p>F7:Disposición de vehículos propios.</p> <p>F8:Procesos operativos eficaces (no eficientes).</p>	<p>D1:Creación de contenidos: Se ha iniciado pero se está lejos de la competencia.</p> <p>D2:Estructura ajustada.</p> <p>D3:Eficiencia mejorable – A través de la estandarización de los procesos.</p> <p>D4:Polivalencia mejorable.</p> <p>D5: La empresa no es puntera en cuanto a innovación tecnológica</p>	

c) Analizado el contexto de la empresa a través del DAFO, propón cinco objetivos estratégicos a tres años. 0,5 puntos

- Crecimiento de la facturación en España.
- Incremento de la cuota de mercado en España.
- Consolidar la sede de Roma.
- Desarrollar el proceso de creación de contenidos para satisfacer la demanda.
- Desarrollar tecnologías para implementar eventos en remoto.

d) Identifica, al menos, cinco partes interesadas de la empresa (*stakeholders*) y realiza una pequeña descripción de sus expectativas, teniendo en cuenta la responsabilidad social corporativa. 1,5 puntos

Partes interesadas	Expectativas (Qué espera la parte interesada de nuestra empresa)
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> • Precios baratos • Alta calidad • Cumplimiento plazos • Amabilidad comercial • Cumplimiento requisitos • Ética profesional • Cumplimiento de la legislación ambiental.
Proveedores/Subcontrataciones	<ul style="list-style-type: none"> • Compras continuas • Planificación de las compras • Pago precio el más alto posible • Pago de factura con el plazo los más bajo posible • Fidelidad • Especificaciones claras • Ética profesional. • Cumplimiento de la legislación ambiental.
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldo alto • Horarios fijos • Muchas vacaciones • Conciliación familiar • Estabilidad laboral • Formación • Seguridad en el trabajo • Motivación • Existencia de código ético y políticas antisoborno.

Partes interesadas	Expectativas (Qué espera la parte interesada de nuestra empresa)
	<ul style="list-style-type: none"> Instrucciones claras en cuanto a la segregación de residuos y preparación ante emergencias
Dirección/Socios de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Beneficios Prestigio de la empresa Comportamiento ético Cumplimiento legal
Administraciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento legal
Entidades financieras	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento contractual

e) Propón una estructura organizativa (organigrama) adecuada a la empresa. 1 punto

