

## ENUNCIAT PAC 3

### Presentació

Aquesta és la PAC que aborda, tal i com s'indica en el pla docent, les competències i continguts corresponents als mòduls 3 i 4 de l'assignatura anomenats ***Les organitzacions i el seu entorn i Emprenedoria, pla de negoci i aspectes legals, respectivament.***

### Competències

Del conjunt de competències abordades en l'assignatura i que es detallen al pla docent, les que es treballen en aquesta PAC són:

C3. "Organització i gestió d'empreses" (De GTT 14)

### Objectius

Comprendre els conceptes introduïts en el mòdul i saber-los identificar o aplicar a problemes teòrics i a situacions que emulin la realitat.

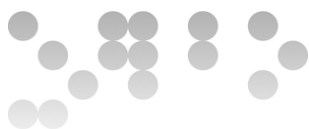
### Descripció de la PAC

Per l'èxit en resoldre aquesta PAC és necessari seguir el cicle metodològic indicat al pla docent:

1. Llegir les indicacions de la Guia d'Aprenentatge per al mòdul i els seus bits corresponents.
2. Llegir, comprendre i estudiar els bits corresponents, seguint les indicacions de la Guia d'Aprenentatge (punt 1).
3. Iniciar la resolució de la PAC a partir:
  - a. Del que s'haurà après en els bits.
  - b. De les possibles indicacions que doni el consultor via tauler.
  - c. D'aquella informació addicional que l'estudiant hagi d'obtenir -a partir de la bibliografia o d'altres fonts que accedeixi pel seu compte.
4. Compartir dubtes o suggeriments mitjançant el fòrum i/o la bústia del consultor.

### Recursos

Els recursos **Bàsics** per desenvolupar aquesta PAC són els Bits (31, 32, 33 i 34) associats als mòduls 3 i els Bits (41, 42 i 43) associats al mòdul 4. La utilització de recursos **Complementaris** pot ser necessària en funció de les necessitats de l'estudiant. A l'espai de recursos de l'aula l'estudiant trobarà l'accés a la bibliografia recomanada, a altres fonts d'informació i a eines de suport addicional (entre ells exercicis similars d'altres semestres).



## Criteris de valoració

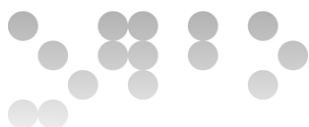
La puntuació de cada pregunta s'indica en cada enunciat. Es valorarà principalment la correcció de les respostes, la capacitat de raonament o de justificació, i la capacitat de síntesi; però també la correcció formal de les respostes i, si aplica, la seva claredat discursiva o de desenvolupament.

## Format i data de lliurament

El lliurament de les respostes s'ha de fer a la pastilla de l'aula denominada Lliurament d'Activitats en un fitxer o conjunt de fitxers .pdf, .doc, .rtf, o .odt. No és necessari que l'esmentat arxiu contingui els enunciats. Al peu de pàgina escriviu el vostre nom complet i el nombre total de pàgines que conté la resposta.

El nom del fitxer tindrà el següent format: *Cognom1\_Cognom2\_PAC3.doc*. Els cognoms s'escriuran sense accents. Així, una estudiant anomenada "Lluïsa Cano Garcia" hauria d'anomenar l'arxiu: *Cano\_Garcia\_PAC3.doc*

La data límit de lliurament són les 24 hores del dia **1 de desembre de 2015**. Les solucions de la PAC3 apareixeran a l'aula el dia 4 de desembre.



## Enunciat de la PAC

Recordeu que la capacitat de raonament i de síntesi es tindrà en compte en la valoració de les qüestions plantejades.

### **PREGUNTES TEÒRIQUES** (3 punts)

#### **PREGUNTA 1** (1,5 punts)

Mira el següent vídeo i contesta les preguntes:

<http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/valor-afegit/responsabilitat-social-corporativa-un-nou-model-de-gestio/video/5482776/> .

a) Quins instruments de la Responsabilitat Social Empresarial utilitza el Museu Nacional d'Art de Catalunya?

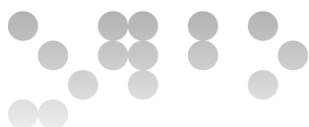
-Codi de conducta corporatiu: codi ètic i de sostenible.

-Sistemes de gestió- Normes harmonitzades: Certificació en Gestió Ambiental concedit per AENOR.

-Informe social i mediambiental: Memòria de Responsabilitat Social.

b) Com incorpora Laboratorios Ordesa la RSE a la seva gestió?

Ajudant a la gent que ho necessita (manteniment llocs de treball en els anys de crisi i donació de cereals i de llet per als qui ho necessiten. Prioritzen aquesta tasca, en lloc de fer grans memòries, certificacions i diplomes que certifiquin que l'empresa incorpora la RSE a la seva gestió empresarial. La seva prioritat, de moment, no és incorporar la RSE com a estratègia i burocràcia de cares a l'exterior.



## **PREGUNTA 2** (1,5 punts)

Eticom-Som Connexió (<https://eticom.coop/>) és una cooperativa que s'integra dins de l'àmbit de l'economia social i solidària. Contesta les següents preguntes:

a) Quina és la missió de l'empresa?

Cobrir les necessitats d'accés als serveis de telefonia i internet dels seus socis-consumidors, al mateix temps que aglutinen persones amb motivació per avançar, des de l'acció-reflexió conseqüent, cap a una sobirania dels serveis i de les infraestructures de telecomunicacions actuals.

b) Quin tipus d'òrgan és l'Assemblea? En què consisteix i qui en forma part?

Totes les persones sòcies d'Eticom Som Connexió formen l'Assemblea, el màxim òrgan de presa de decisions i representació de la cooperativa.

c) Com que es tracta d'una cooperativa:

1) Com ha de ser el seu capital?

-Ha de ser variable.

-Les aportacions obligatòries s'han de desemborsar, almenys en un 25% en el moment de la subscripció i la resta en el termini que estableixin els estatuts o l'assemblea general.

-Hi ha un fons de reserva obligatori, destinat a la consolidació, el desenvolupament i la garantia de la cooperativa.

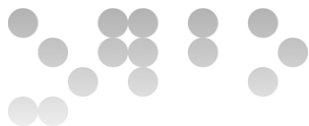
2) Quin tipus de règim fiscal té?

Les cooperatives tributen per mitjà de l'impost de societats. El tipus és del 20%.

## **PREGUNTES TEST** (2 punts: 0,25 punts / pregunta)

Aquest test està format per 8 preguntes en les quals només hi ha una resposta correcta. Intenteu entendre els conceptes i aspectes que es plantegen per a una millor comprensió del contingut dels mòduls. Utilitzeu el model adjunt per a les respostes d'aquest test.

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



1.- Indica quina de les següents afirmacions, relatives a la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) és **correcta**:

- a) La RSE té com a objectiu definir objectius i prioritats de l'organització.
- b) La RSE es pot considerar com un factor de competitivitat i innovació per a l'empresa.
- c) La RSE no influeix a l'àrea de Producció.
- d) La RSE només s'aplica a les grans empreses.
- e) La RSE s'estructura en nivells diferents de responsabilitat en base a les diferents àrees de gestió.

BIT 32, pàgina 9

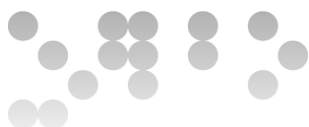
2.- El model de creixement econòmic sostenible:

- a) Es preocupa per resoldre el problema de la pobresa.
- b) És altament costós en termes mediambientals.
- c) És un model basat en una dependència mútua entre medi ambient i desenvolupament en la presa de decisions.
- d) S'anomena també model de desenvolupament sostenible.
- e) Totes les anteriors són correctes.

BIT 33 pàg. 3

3.- Indica quina de les següents afirmacions, relatives al codi ètic dels enginyers és **falsa**:

- a) Els enginyers poden acceptar encàrrecs que requereixin formació al marge de les seves competències.
- b) Els enginyers poden signar o segellar projectes per delegació d'un altre enginyer.
- c) Els enginyers han de prestar serveis només quan per formació o experiència estiguin qualificats.
- d) Els enginyers no poden buscar treballs assalariats per mitjà d'agències de col·locació.
- e) Els enginyers no han d'utilitzar informació confidencial que coneguin en el desenvolupament de les seves tasques en benefici personal si va en detriment dels seus clients.



BIT 34, pàg. 4-8

4.- En una franquícia:

- a) El franquiciat és qui desenvolupa un negoci sota un mètode determinat.
- b) El *royalty* és el pagament (fix o variable) que el franquiciador fa al franquiciat.
- c) El franquiciador és sempre una persona jurídica.
- d) S'estableix una relació contractual entre dues parts que genera drets i obligacions.
- e) Els franquiciats faciliten el *know how* als seus clients.

BIT 41 pàg. 5

5.- Quin nivell de protecció assignaríeu a les dades personals d'un fitxer relatiu a solvència patrimonial i crèdit?

- a) Bàsic.
- b) Mitjà.
- c) Alt.
- d) Superior.
- e) Inferior.

BIT 43 pàg. 20

6.- Una app (aplicació per a mòbil o tablet) es pot protegir mitjançant:

- a) El registre d'una patent.
- b) Una marca.
- c) Un disseny industrial.
- d) El registre de la propietat intel·lectual.
- e) Totes són correctes.

BIT 43, pàg. 8-14

7.- En una societat de responsabilitat limitada:

- a) El capital social serà com a mínim de 3.000€.
- b) El nombre de socis màxim és de cinc.
- c) S'ha de fer la declaració de l'IRPF.
- d) Els socis només poden ser persones físiques.
- e) Totes són falses.

BIT 42, pàg. 10



8.- El Pla economic-financer d'una empresa contempla:

- a) Fer el pressupost de tresoreria.
- b) Gestionar les compres.
- c) Calcular els costos salarials.
- d) Negociar el sistema de pagament amb els proveïdors.
- e) Totes les anteriors són correctes.

BIT 41, pàg. 33

### **PREGUNTES PRÀCTIQUES (5 punts):**

#### **EXERCICI 1 (2,5 punts)**

Avui en dia, són moltes les startups que apareixen en el mercat. L'article que segueix es refereix a una d'elles. Llegeix-lo i contesta les preguntes següents:

<http://www.leconomic.cat/neco/article/4-economia/18-economia/896184-un-servei-a-domicili-per-fer-la-bugada.html>

- a) Com neix la idea? (0,25 punts)

En el mercat hi ha la necessitat de guanyar temps lliure, portant la roba a la bugaderia. Si això hi afegim la tecnologia, sorgeix la idea.

- b) Quin perfil té aquesta emprenedora? (0,25 punts)

Iniciativa, decisió, confiança, capacitat laboral, experiència empresarial, ...

- c) Identifica en l'article, la missió, visió i valors de l'empresa. (0,75 punts)

Missió: Servei de bugaderia i tintoreria a domicili mitjançant una app mòbil.

Visió: Esdevenir una empresa innovadora i excel·lent que permeti garantir la seva sostenibilitat en el temps, sent capaç d'aportar felicitat als clients amb l'estalvi de temps i incrementant la seva presència en el mercat internacional.



Valors:

- Compromís
- Qualitat
- Innovació
- Sostenibilitat mediambiental
- Servei al client

d) Identifica a l'article els diferents components del Pla de Màrqueting: (0,75 punts)

- Estudi de mercat

Demanda:

En el mercat hi ha una demanda de bugaderies i tintoreries tant pel què fa als turistes que visiten la ciutat de Barcelona, com per les persones que viuen de lloguer i prefereixen no invertir en electrodomèstics. Altres clients potencials són els que prefereixen deixar aquesta tasca obligada a les llars, per què la fagin els altres i així estalviar-se consum energètic.

Oferta:

Gràcies a l'aplicació mòbil, apareix aquesta nova oferta, com una innovació en el mercat de tintoreries i bugaderies.

- Estratègia de màrqueting

L'empresa es posiciona com la tintoreria – bugaderia més innovadora del mercat. La seva estratègia de màrqueting és de segmentació. El segment de la població a qui es dirigeix són homes i dones d'entre 30 i 50 anys, de classe mitjana o alta que tenen poc temps lliure i no volen dedicar-ho a aquest tipus de tasques domèstiques. Però també aquelles persones acostumades a consumir serveis a través del mòbil.

- Màrqueting Mix

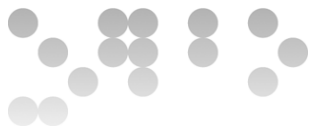
Producte: Servei de bugaderia i tintoreria a domicili en un clic.

Preu: Per comandes puntuals o per una subscripció mensual.

Distribució: L'empresa contractarà distribuïdors per fer arribar la roba al client.

Promoció: L'empresa utilitza les xarxes socials per fer promoció. L'aparició en diferents mitjans de publicitat, també ha ajudat a conèixer l'empresa.





e) Elabora l'anàlisi DAFO d'aquesta empresa (0,5 punts)

DEBILITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependència del finançament extern.</li> <li>- Necessitat de distribuïdors externs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competència de la resta de bugaderies.</li> <li>- Incertesa mercat internacional.</li> <li>- Reglamentació estricta dels lloguers a Barcelona.</li> </ul>
FORTALESES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiència de l'emprenedora en el món dels negocis.</li> <li>- Producte molt definit.</li> <li>- Preu molt competitiu.</li> <li>- Excel·lent distribució.</li> <li>- Clientela fidel.</li> <li>- Estructura de costos fixos petita.</li> <li>- Capacitat d'innovar en el servei de bugaderia a l'incorporar la tecnologia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercat en creixement (de consum de serveis a través del mòbil).</li> <li>- Creixement del lloguer a la ciutat de Barcelona.</li> <li>- Creixement del turisme a la ciutat de Barcelona.</li> <li>- Empresa innovadora en oferir aquest servei a l'incorporar la tecnologia</li> <li>- Externalització de les tasques domèstiques al treballar els dos membres de les parelles.</li> </ul>



## **EXERCICI 2** (2,5 punts)

En Joan, i en Lluís acaben de finalitzar els estudis d'Informàtica i Telecomunicacions. Com que són molt amics, volen treballar junts i es plantegen obrir un negoci relacionat amb aquest món. S'estan plantejant obrir una franquícia. Per això, s'estan mirant les pàgines web: [www.franquicias.es](http://www.franquicias.es) i [www.topfranquicias.es](http://www.topfranquicias.es). Tenen uns quants dubtes al voltant d'aquest tipus de negoci. Els ajudes?

a) Quins avantatges i inconvenients té aquesta forma de negoci? (0,5 punts)

Avantatges:

- El prestigi d'una marca assegura la clientela.
- Major facilitat per a trobar recursos.
- Es rep una formació inicial i es forma al personal.
- Exclusivitat territorial.

Inconvenients:

- Pagar el cànon inicial, regalies i cànon de publicitat.
- Aplicar els mètodes i sistemes del funcionament del negoci establerts per la franquícia.
- Vendre únicament els productes i serveis de la franquícia.
- Els guanys no són íntegres.

b) Suggereix-los tres possibles franquícies, sabent que no disposen de local i que no volen invertir-hi més de 15.000€. Explica quines són les condicions econòmiques (cànon d'entrada, royalty i cànon de publicitat) de cada franquícia, juntament amb la durada del contracte. Explica també en què consisteix cadascuna d'elles. (0,75 punts)

Hi ha diferents possibilitats. Aquí hi ha tres exemples:

### 1) C2 Digital Agency Franquícias

És una xarxa d'agències digitals que ofereix serveis integrals per a la gestió de projectes a Internet, tals com el disseny web, el marketing digital, la consultoria tecnològica, el desenvolupament d'App mòvil, e-commerce. Gestiona projectes de comunicació online 360º per a clients nacionals i internacionals. Les seves condicions econòmiques són:

- Inversió: 9.000€
- Cànon d'entrada: No en té.
- Royalty: No en té.
- Cànon de publicitat: No en té.
- Durada del contracte: 5 anys.

### 2) CityPlan Franquícias

**CityPlan es un aplicación gratuita para teléfonos y tablets** (iPhone, iPad y dispositivos con sistema operativo Android) que proporciona información de los establecimientos, las ofertas, los puntos de interés y



los acontecimientos de su ciudad o de la ciudad que quiere visitar. **CityPlan le geolocaliza inmediatamente y es ideal tanto para planificar viajes como para encontrar promociones e información de interés de su localidad.**

- **Inversió: >600€.**
- **Cànon d'entrada: Inclòs en la inversió total.**
- **Royalty: Si.**
- **Cànon de publicitat: no n'hi ha.**
- Durada del contracte: 1 any.

### 3) Help Battery

Help Battery es una franquicia que comercializa máquinas de carga de baterías de teléfonos móviles.

- Inversió total: 10.000€.
- Cànon d'entrada: 1.500€.
- Royalty: 125€.
- Cànon de publicitat: No n'hi ha.
- Durada del contracte: 5 anys.

- c) Abans de decidir-se, els dos amics també es plantegen obrir la seva pròpia empresa de serveis informàtics. Volen assegurar-se que si un dels dos socis marxa, no entraran nous socis a l'empresa. Ajuda'ls a decidir quina forma jurídica és la millor pel seu negoci, tot justificant els motius d'aquesta elecció: capital, nombre de socis, règim fiscal, responsabilitat i drets dels socis. (0,5 punts)

Jo els hi recomanaria que fessin una SL. Per vàries raons:

- El capital social necessari és d'un mínim de 3.000€ (en disposen 15.000€).
- El nombre de socis mínim és 1 (en són 2).
- La responsabilitat és limitada al capital aportat.
- Si obtenen beneficis, hauran de tributar per l'Impost de Societats.
- Dret de tempteig en l'adquisició de les participacions de socis sortints: és a dir, que si un dels socis marxa, l'altra tindrà el dret de quedar-se amb la seva part, i d'aquesta manera, s'asseguraria que no entrés cap soci nou a l'empresa.

- d) Quins avantatges i inconvenients té l'empresa pròpia? (0,5 punts)

Avantatges:

- Més llibertat.
- No hi ha compromisos: cànon de publicitat, royalties,...

Inconvenients:

- Incertesa.
- Risc.
- Dificultat en trobar finançament.



- e) Suposa que al final es decideixen per la franquícia. Quina de les 3 que els hi has proposat, els hi recomanaries? Per què? (0,25 punts)

Opinió personal. Es tindrà en compte que valorin les diferents condicions econòmiques que inclou cada tipus de franquícia.