



PAC 3

Solució de la PAC

MAPA CONCEPTUAL (0,5 punts)

Feu un esquema (mapa conceptual, mapa mental...) dels conceptes que han aparegut en aquest mòdul. Aquest esquema us ha de servir per estar segurs que heu entès els conceptes i la seva interrelació. (I també us serà útil de cara a l'estudi posterior i a la recapitulació final de l'assignatura)

Podeu fer-ho amb la tecnologia que vulgueu i que us sigui més còmode o més interessant : des de escriure-ho a mà i digitalitzar-ho, a utilitzar una eina pensada per això com FreeMap (<http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/>) o senzillament amb el vostre editor de textos, o amb la eina de presentació... Ens interessa el resultat de l'esquema/mapa, no amb quina eina l'heu fet.

Genereu una imatge d'aquest esquema/mapa que pugueu incloure en el document de solució d'aquesta PAC.

PREGUNTES TEÒRIQUES (2,5 punts: 1,25 punts / pregunta)

Tria tres àmbits on l'empresa Repsol aplica la seva responsabilitat social, identifica quin nivell de la responsabilitat social li correspon a cadascun dels àmbits, i valora l'efecte que té a la pròpia empresa i, si escau, al seu entorn.

http://www.repsol.com/es_es/corporacion/responsabilidad-corporativa/etica-y-transparencia



La responsabilitat social d'una empresa no és sinònim d'acció social ni es pot considerar la pròpia activitat de l'empresa com a responsabilitat social, per bé que aquesta activitat sigui d'un alt valor social.

Té a veure amb l'impacte que aquestes polítiques tenen, en funció d'on actuen i del nivell de RSE on se'ls defineix:

- RSE Interna (govern corporatiu, empleats i clima laboral, accionistes)
- RSE Externa tipus 1 (clients, proveïdors, administracions, mercat)
- RSE Externa tipus 2 (desenvolupament, drets humans i laborals, impacte medioambiental i global, mitjans de comunicació).

Expliqueu quines són les característiques de les empreses cooperatives i quins avantatges i inconvenients considereu més rellevants a l'hora d'iniciar un negoci.

Una cooperativa és una empresa formada per persones físiques o jurídiques que s'uneixen de forma voluntària per satisfer les necessitats i les aspiracions econòmiques, socials i culturals en comú, mitjançant una empresa de propietat conjunta i de gestió democràtica. Una cooperativa es constitueix amb un mínim de tres socis o sòcies que han de realitzar l'activitat cooperativitzada que correspongui segons la classe de cooperativa de què es tracti. S'exceptuen les cooperatives de consumidors i usuaris i les cooperatives de segon grau.

L'empresa cooperativa es basa en uns principis establerts per l'Aliança Cooperativa Internacional (ACI). Entre els principis que la identifiquen, cal destacar la democràcia empresarial que defineix la seva gestió, la participació econòmica del socis, l'interès per proporcionar formació i informació als socis així com la millora de la situació econòmica i social, tant dels components com de l'entorn comunitari.



A l'hora d'iniciar un negoci, el fet que el treball dels socis sigui part del benefici compartit és molt motivador per a la majoria dels emprenedors, que saben reconèixer bé les seves mancances i valorar les aportacions de la resta de persones de l'equip.

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
b	b	b	b	c	c	a	a

1- A l'hora de plantejar el disseny d'un nou negoci cal prioritzar:

- a. El nombre de persones que treballaran a l'empresa a mig termini
- b. Les capacitats i límits de la persona emprenedora
- c. Les subvencions possibles a rebre
- d. El tipus de transport a utilitzar per part dels clients



2- El codi ètic dels enginyers:

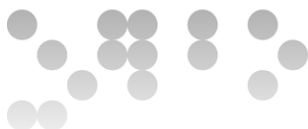
- a. Contempla que poden signar o segellar projectes per delegació d'un altre enginyer
- b. Contempla que han de prestar serveis només en àmbits per als quals estiguin qualificats, ja sigui per formació o per experiència
- c. Implica que no poden acceptar en cap cas encàrrecs que requereixin formació al marge del seu camp d'especialitat
- d. Les opcions b i c són correctes

3- La responsabilitat derivada de l'activitat empresarial:

- a. Depèn del volum de l'empresa
- b. Compromet l'empresa més enllà de les responsabilitats legals
- c. Es basa en generar activitat que incrementi valor al seu capital
- d. Implica un tracte fiscal diferent

4- La responsabilitat social d'una empresa:

- a. S'estructura en nivells diferents de responsabilitat en base a les diferents àrees de gestió
- b. S'estructura en nivells diferents de responsabilitat segons el tipus de stakeholders i la prioritat que s'atorga a cadascun d'aquests tipus
- c. Les opcions a i b són correctes
- d. Cap de les anteriors



- 5- Quins dels següents elements formarien part de l'auditoria social d'una empresa:
- a. Control del pagaments dels salaris
 - b. Avaluació de la política d'igualtat de l'empresa
 - c. Les opcions a i b són correctes
 - d. Cap de les anteriors
- 6- Els models de creixement econòmic sostenible i el model de decreixement:
- a. Són incompatibles
 - b. Es desenvolupen a través dels mateixos actors i recursos
 - c. Tenen un objectiu molt similar però parteixen d'una conceptualització de l'economia diferent
 - d. Són dos formes d'anomenar el mateix corrent filosòfico-econòmic
- 7- El risc o desavantatge d'una persona que assumeix una franquícia rau en:
- a. La limitació del tipus de producte a vendre
 - b. L'exclusivitat territorial que li concedeix la franquícia
 - c. La cessió d'un dret per un període indefinit
 - d. La formació que rep
- 8- Un nou programa informàtic:
- a. És objecte de registre de propietat industrial



- b. És objecte de registre de propietat intel·lectual
- c. És objecte de registre de propietat industrial en funció de si el programa forma part d'un sistema operatiu ja registrat o no.
- d. És objecte de registre de propietat intel·lectual en funció de si el programa forma part d'un sistema operatiu ja registrat o no.

PREGUNTES PRÀCTIQUES (5 punts)

EXERCICI 1 (1'5 punts)

Identifica quin és l'avantatge competitiu de l'empresa Telefónica. Raona la teva resposta.

<http://info.telefonica.es/es/home/>

http://www.telefonica.com/es/about_telefonica/html/home/home.shtml

L'avantatge competitiu de l'empresa Telefónica és el gran nombre d'abonats que té i la disponibilitat de les infraestructures de telecomunicacions.

A saber:

Marketing: Coneixement absolut del mercat gràcies a l'experiència en el negoci existent des de fa molts anys



Operacions: Les infraestructures de telefonia del país són de propietat seva, per tant, disposa d'inversions , que d'una banda, i a nivell operatiu li són una garantia del control del recurs material, i a nivell financer, són rendibles perquè permeten que el seu manteniment sigui finançat gràcies al propi lloguer de les infraestructures.

Organització de recursos: L'experiència dels anys de funcionament permet tenir una xarxa d'operadors, que tot i que pugui estar obsoleta en alguns dels recursos, configura el sistema del negoci, i no implica haver de fer grans inversions inicials.

Jurídicament: No procedeix comentar-ho a efectes d'aquest exercici, tot i que val la pena considerar la necessitat que la fórmula impliqui finançadors externs, tot i que l'empresa pugui actuar en alguns casos amb alguns patrons monopolistes.

Financerament: L'empresa no té problemes de finançament. El seu alt volum de negoci i de clients, així com la trajectòria de l'empresa i el fet que estigui sanejada des de l'inici gràcies a l'operació del govern en el moment de la liberalització del mercat telefònic, segueix garantint l'accés de l'empresa al finançament de bancs i altres socis.

EXERCICI 2 (3,5 punts)

Imagina que formes part d'un equip de persones que heu treballat en una mateixa empresa durant els darrers 10 anys, que us heu quedat a l'atur i que us heu decidit a crear una empresa fabricant un producte similar al què es fabricava a l'empresa d'on proveniu, però millor. Tenint en compte que heu decidit muntar una societat, es demana:

1. Quin tipus de societat escollis i per què?
2. Planteja una idea de producte?
3. Quin seria el tipus de client?



4. Com dissenyaríeu i enfocaríeu el vostre pla de negoci? Identifica les diferents fases i explica què faries en cadascuna d'elles?

Caldrà tenir en compte que:

- i. El mercat en el qual es vol actual no està en crisi ni hi ha previsió de problemes de vendes a curt termini i per tant es pot garantir l'activitat comercial i els resultats en aquest sector.
- ii. Les matèries primeres tenen costos elevats.
- iii. El finançament inicial està garantit a través d'un inversor privat, però es tracta d'un producte car que requereix d'obtenció de finançament per part del client.

Resposta oberta en quant a exemple. Caldria definir els trets fonamentals del negoci (BIT 41).

- 1. Descriure el tipus d'empresa: societat limitada, societat anònima, societat cooperativa, altres
- 2. Descriure el producte / servei, identificant la tecnologia / recursos utilitzats per oferir es productes / serveis.
- 3. Identificar el client potencial i descriure les seves necessitats
- 4. Definir objectius de l'empresa: Els objectius poden ser molt diversos, tals com treure un nou producte o servei, donar a conèixer a un mercat molt específic els nostres serveis, o assolir una xifra de vendes concretes...
- 5. Definir les línies estratègiques
 - a. Estratègia de costos
 - b. Estratègia de diferenciació



c. Estratègia d'enfocament

6. Definir les polítiques de:

- a. Màrqueting mix
- b. Operacions
- c. Recursos humans
- d. Jurídiques
- e. Econòmicofinancers.

MARQUETING MIX

- i. Producte: Gamma de productes / serveis que s'oferiran: el concepte, com es presentarà, etc.
- ii. Preu: Tarifes que s'aplicaran , si seran preus uniformes o es diferenciarà per clients, política de descomptes, etc.
- iii. Distribució: Canals de distribució utilitzats o distribució directa, etc.
- iv. Promoció i comunicació: Mètodes a utilitzar per contactar amb els clients, si hi haurà comercials. Com es tancaran les vendes. Definició de sistemes de promoció i publicitat

Etc...