Solucionari del llibre de l’alumne

Posa’t en situació

1. Amb quines barreres creus que es van trobar aquestes persones a l’hora d’emprendre?

Bàsicament les barreres que van trobar van ser de confiança en les seves capacitats a causa dels perjudicis discriminatoris, encara que presentessin un negoci amb possibilitats d’entrar amb força en la societat.

2. Penses que van poder establir aliances fàcilment?

Sí, a causa de la seva perseverança, però segurament que els va costar demostrar que ells podien tirar endavant un negoci.

3. Per què consideres que a la societat li costa tant apostar per les persones amb diferents capacitats en l’àmbit laboral?

La resposta és oberta, però bàsicament pels perjudicis que hi ha davant de persones que surten dels estàndards que es consideren “normals”; tot i així, segur que avancem cap al fet que aquests comportaments vagin desapareixent.

Activitats

1. La Rosa, la Carla i la Júlia són filles de la família Rodés, propietària d’una plantació de pomeres a l’Empordà. Els pares ja són grans i estan a punt de jubilar-se i, en principi, les filles no tenien cap intenció de dedicar-se a l’agricultura. Amb tot, després de pensar-ho molt, la Rosa, la més gran, que no tenia feina, va convèncer les germanes per continuar amb la plantació. A més, se’ls va ocórrer muntar un restaurant sidreria a la mateixa plantació. A part de la sidra, la majoria de plats del restaurant es basen en les pomes. També van crear una botiga al costat, on venen productes relacionats amb les pomes, com ara compotes i salses, i van complementar el negoci amb visites guiades per la plantació, en què expliquen el procés de creació de la sidra. Les tres filles estan al capdavant del negoci, el gestionen i el dirigeixen.

Com classificaries aquestes emprenedores? Quina creus que va ser la seva motivació a l’hora d’engegar el negoci?

En principi, la motivació podria ser seguir el negoci familiar; tot i això, hi ha un component important d’innovació, ja que, d’una banda, se segueix el negoci, és a dir, continuen amb la plantació i, de l’altra, han tingut l’enginy i la creativitat de crear un negoci nou aportant un valor afegit important a la plantació per si mateixa.

Podem entendre que, com que elles porten el negoci, deuen ser apassionades, deuen estar molt motivades i deuen tenir un gran component de lideratge, a més d’assumir totes les responsabilitats que implica portar aquest negoci.

Podríem dir que són emprenedores visionàries, d’alt creixement, però també socials, ja que donen a conèixer el negoci agrícola a la població. També podríem dir que la Rosa és una emprenedora accidental.

2. Durant els anys de la pandèmia de la COVID-19, la Llúcia, acabada de llicenciar en Màrqueting i sense feina, va descobrir el concepte de *knowmads.* Es va interessar pel perfil i va pensar que ella podria encaixar en aquesta nova figura d’emprenedora. La Llúcia és una noia amb molta creativitat, amb domini de les xarxes socials i les noves tecnologies en general, i és molt conscient que el màrqueting és el seu ofici.

*a)* Creus que amb aquestes qualitats pot ser una *knowmad* o li faria falta alguna altra habilitat?

*b)*Quina creus que és la característica bàsica perquè algú pugui ser considerat un *knowmad*?

a) Segurament li faltarien algunes de les característiques esmentades en la unitat, potser es podria matisar si la Llúcia té capacitat per anar creant coneixement nou i saber-lo transmetre. Les altres qualitats segurament l’ajudarien, com la de la formació continuada o la de saber adaptar-se als canvis.

b) Sense cap dubte, la de la creativitat, generadora d’idees i de coneixement, així com la innovació, encara que totes es complementen.

3. Podries diferenciar la figura de la persona emprenedora de la del *knowmad?* Quins avantatges i inconvenients consideres que tenen els *knowmads?*

Un emprenedor normalment inicia un negoci a partir d’una idea amb l’objectiu de tenir la seva pròpia empresa i un *knowmad* o nòmada del coneixement és un treballador que no té un lloc de treball fix, sinó que aporta la seva àmplia especialització en diverses empreses, situades en qualsevol lloc del món. Podríem dir que sol fer la funció més de consultor o aportador d’idees i sobretot té mobilitat a moltes parts del món.

Com a avantatges, els *knowmads* es caracteritzen per la seva flexibilitat i per un alt grau d’adaptabilitat a les noves aparicions de coneixement que pot presentar el mercat laboral. Són uns dels grans exponents del teletreball, perquè tendeixen a treballar des de casa seva o, fins i tot, poden estar canviant de país constantment, en funció del lloc en què es trobi el nou projecte que duen a terme. Potser el desavantatge és que no estan ubicats en cap lloc ni situació fixa, i això pot crear estrès, i que s’obliguen a entendre de diversos sectors.

4.  L’Andreu i la Clara són dues persones que volen posar en marxa dos negocis d’emprenedoria diferents. L’Andreu té una discapacitat visual i la Clara, una discapacitat motriu. Han de demanar ajuts per emprendre i ho han de fer mitjançant una tauleta. Amb quines dificultats es pot trobar cadascun per completar el procés de sol·licitud? Què proposaries per millorar aquest procés?

No haurien de tenir dificultats, però la realitat és que possiblement es trobin traves i hagin d’anar a associacions, com per exemple l’ONCE, amb aquest programa:

*MCA: Emprenedoria amb Suport és una modalitat d’inclusió laboral que possibilita tenir una feina per compte propi a persones amb discapacitat amb especials dificultats d’inserció laboral, de manera que puguin emprendre iniciatives empresarials sostenibles, avalades per professionals del moviment associatiu de la discapacitat, tutors, mentors o experts, que conjuntament puguin desenvolupar projectes d’emprenedoria viables. ONCE*

Hi ha altres programes d’ajuda per a persones amb discapacitat com ara:

Programes de finançament i assistència tècnica específics per a grups desfavorits.

Que es dissenyen específicament per satisfer les necessitats dels grups desfavorits. Aquests programes poden incloure requisits de selecció especials, com el fet que l’empresa hagi de ser propietat d’una persona de gènere femení o d’una minoria ètnica o cultural, etc. Per dur-los a terme, es faciliten ajuts financers, com ara microcrèdits o subvencions.

Les propostes poden ser una resposta oberta.

5.  En el quadre següent veiem el percentatge de persones emprenedores en funció de les motivacions per crear un negoci, separat per homes i dones, en dades del 2020. Quins aspectes destacaries del gràfic següent?



Com podem veure en el quadre, entre homes i dones no hi ha gaire diferència quant a la motivació a l’hora de llançar-se a muntar el seu propi negoci: per al 74% / 71% la seva màxima motivació és guanyar-se la vida i potser la diferència més significativa entre els dos sexes és la necessitat de crear riquesa.

Per últim, podem destacar que, tal com hem dit, les emprenedores, igual que els emprenedors, s’enfronten a moltes dificultats per tirar endavant el seu negoci. En el cas de les dones, el repte més gran és aconseguir finançament, per a això les associacions governamentals de les diferents comunitats autònomes solen crear programes per ajudar en aquest sentit. Tot i això, en els últims temps la majoria d’inversors aposten significativament per negocis creats per dones.

6. Avui dia, moltes dones estan trobant dificultats per emprendre. Quines solucions proposaries per reduir-les?

La resposta està oberta a l’alumne, però a partir de les pautes de la unitat, pot intentar proposar solucions revertint les situacions actuals i observant un futur millor no gaire llunyà.

7. Relaciona les afirmacions següents amb les diferents teories de l’empresari:

a) Per poder triomfar en els negocis, has d’aprofitar les oportunitats que detectis just quan les detectis.

b) Les organitzacions actuals són molt complexes i no les pot dirigir una sola persona: fa falta un conjunt de persones per gestionar-les.

c) L’empresari és la persona capaç de crear una nova manera de produir o inventar un producte nou.

d) Quan un empresari compra els seus factors de producció, no sap si recuperarà els diners invertits.

a) Kirzner, empresari com a descobridor d’oportunitats.

b) Galbraith, empresari tecnòcrata.

c) Schumpeter, empresari com a persona innovadora.

d) Knigth, empresari que assumeix el risc.

8. Busca informació sobre la trajectòria d’Amancio Ortega, fundador de Zara, i explica dues teories sobre l’empresari aplicades al seu cas.

Encara que la resposta podria ser oberta, considerem que queda clar que Amancio Ortega és un innovador, sobretot en els processos de producció, que innova en el seu procés de producció amb col·leccions que es renoven quinzenalment i no té estoc ni grans costos de magatzems, per la qual cosa estaríem parlant de l’empresari segons Schumpeter.

També el podríem classificar dins de l’empresari que detecta oportunitats (Kirzner), ja que així va ser com es va iniciar en el negoci, aprofitant l’oportunitat que se li va obrir treballant en una botiga de roba i fixant-se en les necessitats de les clientes.

9. Indica quina és la funció de l’empresari o l’empresària en cadascun d’aquests casos:

*a)* Comprovar les unitats que s’han produït aquest any.

*b)* Assignar a cada empleat les funcions que ha de complir.

*c)* Elaborar una estratègia per augmentar les vendes i fer que se segueixi.

*d)* Distribuir els recursos econòmics entre els departaments.

a) Funció de control.

b) Funció d’organització.

c) Funció de planificació.

d) Funció d’organització.

10. Després d’efectuar un estudi de mercat, l’empresa d’instal·lacions ElectroSur, SL, ha decidit produir i comercialitzar plaques solars per instal·lar-les en cases particulars.

Per poder-ho fer, s’ha de proveir dels materials necessaris, contractar treballadors especialitzats i assignar-los càrrecs i funcions. També ha de revisar tots els costos i intentar incrementar els ingressos, i ha de fer una nova distribució dels recursos econòmics entre els departaments de l’empresa.

S’han donat dos anys de termini per veure si el negoci els funciona i comparar la nova estratègia amb els resultats obtinguts.

Relaciona aquesta informació amb cadascuna de les funcions de l’empresari.

a) Produir i comercialitzar plaques solars per instal·lar-les a casa particulars.

La funció de planificació.

b) Per poder-ho fer, s’ha de proveir dels materials necessaris, contractar treballadors especialitzats i assignar-los càrrecs i funcions.

Funció d’organització.

c) També ha de revisar tots els costos i intentar incrementar els ingressos, i ha de fer una nova distribució dels recursos econòmics entre els departaments de l’empresa.

Funció d’organització.

d) S’han donat dos anys de termini per veure si el negoci els funciona i comparar la nova estratègia amb els resultats obtinguts.

Funció de control.

11. Joan Josep Pérez és un economista que està molt al dia del món dels negocis i, des de sempre, volia formar part d’alguna empresa. Aquest any ha adquirit accions d’un banc important per un valor de 10 000 €, de manera que s’ha convertit en propietari d’una part de l’entitat. Creus que el Joan Josep és un empresari? Per què?

El Joan Josep no és un empresari, sinó que és un inversor: ha comprat accions del banc i, com que té una part de l’empresa, podríem dir que n’és propietari, però no la gestiona.

12. Una empresa que es dedica a la producció de bosses d’equipatge de pell pensa que els fets de l’entorn microeconòmic següents que s’han produït al llarg de l’exercici econòmic anterior han incidit en la disminució dels seus beneficis:

* S’ha incrementat el preu de la gasolina.
* Els salaris del sector de la pell han augmentat un 8 %.
* S’ha incrementat el salari mínim interprofessional (SMI).
* El lloguer de les naus, en general, ha disminuït en 50 000 € anuals.
* El seu màxim competidor ha abaixat els preus de les bosses.

*a)* Consideres que tots aquests fets pertanyen a l’entorn microeconòmic, tal com pensa l’empresa?

*b)* Estàs d’acord que aquests factors poden haver influït en la reducció dels beneficis de l’empresa?

a)

Entorn macroeconòmic.

Entorn microeconòmic.

Entorn macroeconòmic.

Entorn macroeconòmic.

Entorn microeconòmic.

De l’entorn microeconòmic només hi ha dos fets, el *b)* i *l’e).*

*b)* Queda clar que aquests dos fets poden haver influït en la reducció de beneficis.

13. Com s’explica que una elevada diferenciació d’un producte impliqui una reducció de les amenaces de productes substitutius? Posa un exemple que ho il·lustri.

La diferenciació d’un producte fa que una o més d’una de les seves característiques essencials siguin diferents que als productes substitutius de la competència. Això comporta que, en fer-se més singulars, es reforci la seva posició competitiva.

Exemple, resposta oberta. Alguns exemples de productes substitutius que es poden utilitzar per explicar la pregunta poden ser: Llibres físics i e-books, margarina i mantega...

14. Els últims anys han tingut lloc esdeveniments macroeconòmics que les empreses han de tenir en compte a l’hora de prendre decisions estratègiques. Aquí en tens uns quants exemples. Classifica’ls segons el tipus de factor:

*a)* La guerra d’Ucraïna.

*b)* La pandèmia de la COVID-19.

*c)* La pujada de la inflació.

*d)* La pujada dels tipus d’interès.

*e)* El consum massiu per internet.

*f)* L’ús creixent de les xarxes socials.

*g)* El canvi climàtic.

a) Polític.

b) Econòmic.

c) Econòmic / polític.

d) Econòmic

e) Tecnològic / social.

f) Tecnològic / social.

g) Ecològic.

15. Els germans Ruiz viuen a Almeria i lideren una empresa de construcció que es dedica a la millora de l’eficiència energètica d’habitatges. Últimament, observen que cada vegada hi ha més canvis (tant legals com socials, econòmics, etc.) que afecten directament el dia a dia del seu negoci. Han anat a una assessoria perquè els ajudin i els han recomanat que facin una anàlisi PESTEL. Al principi, ells no sabien què era. Els podries explicar de què es tracta? Els podries ajudar a elaborar una anàlisi PESTEL del seu negoci? Et pots inventar totes les variables que consideris convenients.

La seva funció principal de l’anàlisi PESTEL és analitzar si el possible entorn general d’una empresa seria favorable per al desenvolupament de la seva activitat.

Per fer una anàlisi PESTEL (inicials de les variables econòmiques) es prepara una plantilla amb les variables macroeconòmiques que poden afectar l’empresa a fi d’analitzar-les d’una manera clara i esquemàtica.

En aquest exercici l’alumne s’ha d’inventar els possibles canvis, per exemple:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Polítics | Econòmics | Socioculturals |
| Hi ha molts ajuts per rehabilitar habitatges de forma sostenible. | S’ha apujat el preu de l’energia.Ha incrementat la taxa d’ocupació i això facilita trobar operaris.  | Les persones prefereixen arreglar-se una casa que comprar-se’n una de nova. |
| Tecnològics | Ecològics | Legals |
| Han de crear una pàgina web parar donar-se a conèixer, així com publicitar-se a Instagram. | Els clients els demanen materials ecològics i reciclables. |  Per fer una rehabilitació fa falta demanar permisos a l’Ajuntament. |

A partir d’aquesta exposició els germans Ruiz poden fer una valoració de la situació del seu negoci.

16. Llegeix la notícia d’aquest enllaç: bit.ly/RSC\_mercadona i explica tres aspectes que incideixin positivament en l’empresa valenciana Mercadona després de la seva iniciativa.

L’estratègia de Mercadona a què fa referència la notícia pretén reduir un 25 % el plàstic en tots els seus supermercats, aconseguir que tots els envasos de plàstic siguin reciclables i reciclar tot el residu plàstic que es generi en els seus centres. Aquesta estratègia forma part de RSC de l’empresa.

Que el públic en general percebi l’empresa compromesa amb el medi ambient pot ser un factor d’avantatge comparatiu respecte als seus competidors.

17. En quin sentit creus que les empreses es veuen beneficiades pel fet de ser responsables socialment? Estàs d’acord en la idea que la promoció de valors socials l’ajuda a incrementar les vendes? Com a consumidor, et pot influir l’actitud de les empreses amb la societat?

La pregunta és de debat; a partir del que llegeixin en els webs han de contestar a les preguntes.

L’alumne ha de buscar en aquests webs de les empreses i veurà que en tots hi ha una icona de RSC i haurà de llegir i copiar la política.

Les respostes són obertes per generar el debat.

18. Entra a la pàgina web d’Ikea i explica els compromisos de l’empresa en relació amb el medi ambient. Pots trobar informació addicional en aquest vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=4WEt1HDcZFU>

L’alumne o alumna ha d’entrar a la pàgina web on trobarà informació sobre la filosofia de l’empresa en termes de RSC, així com un vídeo molt explicatiu.

19. A partir de la informació extreta del web emprendedores.es (Diego S. Adelantado) en el seu article sobre la vida de Jeff Bezos, escriu el següent:

***Tot i que no és gaire propens a la filantropia, el CEO d’Amazon sempre ha mostrat una preocupació per la cura del medi ambient. En aquest sentit, l’emprenedor va crear fa poc*** [***Bezos Earth Fund***](https://www.nature.org/en-us/newsroom/bezos-earth-fund-pledge-tnc/)***, dotat amb 10 000 milions de dòlars que es destinen a finançar projectes enfocats a la sostenibilitat. «Podem salvar la Terra. Haurà de ser una acció col·lectiva duta a terme per grans i petites companyies, estats i nacions, organitzacions globals i individus», ha declarat Jeff Bezos algun cop*.**

a) Busca informació de Bezos Earth Fund i fes un breu resum de les activitats que porta a terme i de la seva finalitat.

b) Què opines sobre el fet que els emprenedors coneguts i amb possibilitats econòmiques facin activitats filantròpiques?

c) Coneixes algun altre emprenedor/ empresari conegut que també destini part dels seus guanys a projectes socials? Busca informació de l’empresari i digues quina és la seva empresa o negoci.

a) Segons el web, “el Bezos Earth Fund va ser creat per un compromís de $ 10 mil milions de Jeff Bezos per ser desemborsat com a subvencions dins de la dècada actual. Estem compromesos amb la lluita contra el canvi climàtic i la protecció de la natura.”

En el mateix web si entrem en “Què i com?”, veurem com ho faran per a cada faceta.

b) En aquest cas és una resposta oberta, encara que hauria d’anar en sentit positiu, ja que són exemple per a molta gent i ajudar les empreses o els ciutadans sempre és positiu.

c) Hi ha molts emprenedors que solen ajudar i invertir en causes socials. Segons la revista Forbes, entre els 25 empresaris filantrops hi ha Bill Gates (Microsoft), Warren Buffet (inversor americà), George Soros (inversor americà), Mark Zuckerberg (Facebook), i entre els espanyols hi ha Amancio Ortega (Inditex),Rafael del Pino i família (Ferrovial),Juan Roig Alonso i Hortensia Herrero (Mercadona), Sandra Ortega Mera (Inditex), Isak Andic Ermay (Mango) iSol Daurella Comadrán i família (Coca-Cola Iberian Partners), entre d’altres.

**Test de repàs**

1b, 2c, 3a, 4b, 5a, 6b, 7c, 8a, 9b, 10c

**Posa’t a prova** 

1. Segons Schumpeter, fins quan han d’inventar i innovar els empresaris? Com pots relacionar això amb el que sostenia I. M. Kirzner sobre el fet que l’empresari és un descobridor d’oportunitats?

Schumpeter feia referència al fet que l’empresari ha d’inventar i innovar fins que surti una imitació del seu producte o servei, ja que en aquell moment es poden començar a reduir els beneficis de manera considerable, per tant, haurà d’inventar i innovar un nou producte o servei. Relacionat amb el que comentava I. M. Kirzner, la figura de l’empresari ha de tenir aquesta capacitat d’alhora innovar, buscar oportunitats de mercat que li permetin generar aquesta innovació, i que li proporcioni aquest avantatge competitiu i l’ajudi a obtenir grans quotes de mercat que es tradueixin en beneficis.

2. A què es refereix l’expressió «emprendre per accident»? Amb quines dificultats es poden trobar les persones que emprenen d’aquesta manera?

Emprendre per accident fa referència a les persones que han heretat negocis familiars de forma inesperada o la situació personal dels quals els ha portat que s’hagin d’encarregar de negocis que ja es troben en funcionament. Entre les dificultats que poden trobar aquestes persones hi ha que potser no estan preparades per desenvolupar aquestes funcions, que van acompanyades d’alta responsabilitat, o que no tenen els coneixements necessaris per operar al mercat de l’activitat empresarial, ja que pot ser que anteriorment treballessin en un altre sector empresarial.

3. Qui són els *knowmads*? Quines característiques tenen? Com fan que el mercat laboral canviï?

Els *knowmads* són persones qualificades, entre els 25 i els 35 anys, generadores del coneixement. Se senten còmodes en entorns digitals i tecnològics i presenten un alt grau d’autonomia laboral, que els permet estar sempre aprenent de manera contínua. Tenen la capacitat de moure’s d’una feina a l’altra o fins i tot de treballar en diversos projectes de manera simultània. Per tant, podem dir que són adaptables, independents, creatius, digitals autodidactes i resilients. Estan canviant el mercat laboral del tal manera que ajuden a la implementació del teletreball i el foment del treball per projectes, per tant, demostren que estan canviant les estructures empresarials i el sentiment de pertinença a una única organització.

4. Què signifiquen les sigles RSC? En quins elements s’ha de centrar l’empresa per treballar la RSC?

Les sigles signifiquen Responsabilitat Social Corporativa. Els elements que tendeixen a utilitzar més les empreses per treballar-la són accions enfocades als empleats de l’empresa, treballar amb proveïdors que compleixin estàndards socials, accions per afavorir i cuidar el medi ambient, accions que tinguin un impacte positiu en la societat i treballar a favor de l’ètica empresarial.

**Exercicis**

La persona emprenedora

1. De totes les característiques que ha de tenir una persona emprenedora, quina et sembla més important? Justifica la resposta.

Resposta oberta. S’ha de raonar com aquella més funcional a la mateixa definició de persona emprenedora.

2. Llegeix el text següent i respon les preguntes que es plantegen tot seguit:

**Holaluz: autoconsum elèctric amb el client al centre**

**L’any 2010, la mare del Ferran, company de màster de la Carlota Pi, va rebre una factura de la llum de més de 700 €. Aquesta mala experiència va inspirar la Carlota Pi, el Ferran Nogué i l'Oriol Vila, tots ells enginyers, a fer una anàlisi crítica sobre el model de negoci de les grans companyies elèctriques i, al final, van decidir crear Holaluz amb l’objectiu de transformar el mercat. Aquesta empresa va apostar des del començament per l’energia solar, l’autoconsum i la transparència en la relació amb els usuaris, sobretot en matèria de facturació.**

**Holaluz va ser la primera companyia elèctrica en línia d’Espanya. Els inicis van ser modestos, però el 2013 va guanyar una compra col·lectiva d’electricitat organitzada per l’Organització de Consumidors i Usuaris de Madrid. El 2017, Holaluz es va convertir en la primera empresa a crear una instal·lació elèctrica d’autoconsum compartit en què múltiples usuaris i usuàries es proveïen d’instal·lacions solars annexes al seu habitatge. El 2018 es va produir un canvi legislatiu que facilitava de manera considerable aquesta forma de producció d’electricitat.**

**L’empresa ha crescut enormement, però no ho ha tingut fàcil: ha passat per períodes d’estancament i hi ha hagut anys de pèrdues. Fins ara, res d’això no ha fet que la Carlota Pi, presidenta executiva, canviï la línia de negoci: Holaluz es va fixar l’objectiu d’arribar al milió de clients per al 2024 sense rebaixar l’aposta per l’autoconsum d’energia solar i pel fet de posar el client al centre.**

*a)* De les característiques de l’emprenedor que hem tractat en aquesta unitat, quines es reflecteixen en el text? Raona la resposta.

*b)* Amb quin estil d’emprenedora es correspon més clarament la Carlota Pi? D’acord amb les estadístiques, pertany al tipus d’emprenedora més habitual?

*a)* Les característiques de l’emprenedor que més clarament es reflecteixen en el text són la creativitat, l’enginy, la visió i la innovació, demostrades en identificar des de l’origen l’energia solar, l’autoconsum i la transparència, en la relació amb els usuaris com a vies de desenvolupament de la idea de negoci. El lideratge i la perseverança es reflecteixen en la capacitat d’iniciativa dels promotors i al llarg camí recorregut a partir de la percepció d’una injustícia.

*b)* La Carlota Pi s’identifica predominantment amb l’emprenedora visionària, en anhelar la completa transformació del sector elèctric.

3. Les empreses d’alta tecnologia cada cop necessiten més treballadors amb perfil *knowmad.* A què es pot deure aquesta demanda creixent? Explica quines característiques dels *knowmads* són més beneficioses per a aquestes empreses i per què.

Aquesta mena d’empreses demanen cada vegada més treballadors amb perfil *knowmad* perquè, atès el seu alt grau de flexibilitat i adaptabilitat en la creació i gestió del coneixement, poden seguir el ritme de desenvolupament accelerat de les empreses tecnològiques.

Dona, emprenedoria i inclusió

4. Gádor Espinosa va trobar moltes dificultats a l’hora d’exercir la seva professió com a enginyera de camins: li pagaven menys i li costava molt que l’obeïssin en comparació amb els seus col·legues homes. Per això, va decidir fer un canvi professional i va crear Portocarrero Tenders, una app que envia informació sobre concursos públics i altres oportunitats de negoci amb les administracions. «La professió em ve per vocació, però l’emprenedoria, en el meu cas, la defineix la frustració», afirma Gádor Espinosa. Quin perfil diries que té com a emprenedora? Justifica la resposta.

Es podria afirmar que Gádor Espinosa és una emprenedora predominantment accidental, ja que es va convertir en emprenedora per una circumstància accidental relacionada amb el seu propi desenvolupament professional.

5. El gràfic següent compara l’evolució del percentatge de dones i d’homes implicats en processos de creació de noves empreses.

****

*a)*A partir de les dades anteriors, creus que hi ha una bretxa de gènere en matèria d’emprenedoria? Justifica la resposta.

*b)* Aquesta bretxa de gènere es va reduir del 2007 al 2010? I del 2010 al 2020? Raona la resposta.

*a)* Hi ha una clara bretxa de gènere, ja que el percentatge d’homes queda clarament per sobre del de dones.

*b)* En tot cas, aquesta bretxa s’ha tancat considerablement: si el 2007 el percentatge d’homes emprenedors era prop del doble del de dones, el 2020 es trobaven relativament igualats.

L’empresari i l’empresària

6. Compara el concepte d’empresari segons les teories de Schumpeter i de Knight. Com justifiquen les teories del benefici?

Segons Knight, l’empresari és la persona que assumeix el risc derivat de l’activitat econòmica, anticipa els diners per pagar els factors i, per tant, ha de ser recompensat amb un benefici.

Per a Schumpeter no és el risc el factor explicatiu dels guanys de l’empresari sinó la innovació i el progrés tècnic, és a dir, el premi o recompensa que percep l’empresari per haver estat capaç d’aplicar una invenció tecnològica a usos comercials o industrials. Aquesta situació li permet, temporalment, tenir un monopoli que li proporciona uns beneficis extraordinaris que podrà reinvertir en un nou cicle d’invenció-innovació quan els competidors l’imitin i puguin produir uns costos més competitius.

7. Identifica els punts clau de la teoria sobre l’empresari que defensava Marshall.

La iniciativa empresarial es considera un factor de producció perquè sense la iniciativa de l’empresari per reunir i coordinar els factors de producció l’empresa no naixeria o no funcionaria.

8. Quin autor defensava que el benefici de l’empresari depenia de la innovació? Creus que aquesta teoria encara és vigent entre els empresaris actuals?

L’autor que definia l’empresari com un innovador era Schumpeter. La seva teoria continua vigent en l’actualitat, ja que la innovació és la base de l’èxit, tant en els productes com en els processos productius.

9. Què opines de l’afirmació següent? «En una empresa, l’empresari ha de ser la mateixa persona que el propietari».

L’afirmació no és correcta, ja que una persona pot ser empresària, és a dir, dirigir una empresa, i no haver-hi posat diners.

D’altra banda, hi ha persones que inverteixen diners en una empresa i no la dirigeixen; per tant, no són empresaris.

10. Els responsables de l’empresa Vehicles Agrícoles, SL, tenen com a tasques habituals les següents:

*a)* Cada any han de decidir quines modificacions fan als vehicles que comercialitzen per innovar i mantenir-se en el mercat.

*b)* Han de revisar tots els costos i incrementar els ingressos.

*c)* Distribueixen els recursos econòmics entre els departaments de l’empresa.

*d)* Assignen càrrecs i responsabilitats entre la plantilla. Relaciona cadascun d’aquests treballs amb les funcions d’un empresari.

*a)* Planificació.

*b)* Control.

*c)* Organització.

*d)* Organització.

L’entorn de l’empresa

11. Classifica els factors següents com a pertanyents a l’entorn macroeconòmic o al microeconòmic d’una empresa que fabrica envasos de vidre i que exporta bona part de la seva producció: augment del tipus de canvi de l’euro amb el dòlar; increment dels aranzels al mercat internacional; el nivell cultural de la població; els clients; les infraestructures.

* Tipus de canvi: entorn general, en el grup de les variables econòmiques (de tipus conjuntural).
* Relacions amb els sindicats: entorn específic.
* Nivell cultural de la població: entorn general, dins del grup de les variables culturals.
* Clients: entorn específic.
* Infraestructures: entorn general en el grup de les variables econòmiques de tipus estructural o permanent.

12.  Repassa els conceptes de responsabilitat social en general i responsabilitat social corporativa. A continuació, reflexiona sobre la teva pròpia responsabilitat com a consumidor i proporciona una definició de responsabilitat social del consumidor.

Resposta oberta. Cada alumne donarà la seva opinió tenint en compte el significat cada concepte:

* En resum, la responsabilitat social d’una empresa consisteix a fer negocis de manera ètica i responsable, tenint en compte els impactes socials, ambientals i econòmics de les activitats i les decisions empresarials.
* La responsabilitat social corporativa és la integració activa i voluntària per part de les empreses de les preocupacions socials i mediambientals en les operacions comercials i en les relacions amb els seus interlocutors, la plantilla, els accionistes, els inversors, els consumidors, el sector públic, etc., amb l’objectiu de beneficiar la societat i, alhora, millorar la situació competitiva i el valor afegit.

13. Centrem-nos en el cas d’una empresa que opera en un mercat en situació de monopoli. A quin element de l’entorn microeconòmic o específic fa referència aquesta situació? Implica una bona situació de l’empresa? I si opera en un mercat en situació de competència perfecta? Raona la resposta.

La força competitiva a què es refereix és el grau de rivalitat dels competidors. En el cas que hi hagi un monopoli, la posició competitiva de l’empresa en qüestió és bona, ja que no existeixen amenaces dels competidors i pot explotar amb més llibertat i marge de maniobra les possibilitats del mercat.

Si, en canvi, el mercat en el qual opera és de competència perfecta, és a dir, molts competidors i de dimensió petita per poder influir sobre el mercat de forma individual, la situació competitiva és diferent. Tindrà més limitacions, i sempre haurà de pensar que qualsevol estratègia pot tenir una resposta per part de les empreses de la competència. En aquest cas, les estratègies que pot posar en pràctica seran diferents de les de la situació de monopoli.

14. Pensa en els següents fets produïts en l’entorn d’una empresa que fabrica panells solars a Espanya i raona per a cadascun si afectarà l’entorn macroeconòmic o microeconòmic:

*a)* Un augment dels preus internacionals del petroli.

*b)* Un canvi en la legislació que facilita als consumidors vendre energia generada pels seus panells solars a la xarxa elèctrica general.

*c)* Un augment dels tipus d’interès per part del Banc Central Europeu, que comportarà l’encariment dels préstecs en l’economia.

*d)* Un augment per llei de les cotitzacions empresarials a la Seguretat Social.

*a)* Entorn macroeconòmic. Per no ser un factor que afecta de manera directa l’empresa.

*b)* Entorn microeconòmic. Per ser un factor que afecta de manera directa a l’empresa.

*c)* Entorn macroeconòmic. Per no ser un factor que afecta de manera directa a l’empresa.

*d)* Entorn microeconòmic. Per ser un factor que afecta de manera directa a l’empresa.

15.  Llegeix el text següent i argumenta si el que diu és cert o fals:

**Una de les barreres principals en un mercat és una inversió inicial elevada. Què vol dir això? Doncs que, com més gran hagi de ser la inversió mínima necessària per iniciar un negoci, més difícil serà que hi entrin nous competidors.**

Aquesta afirmació és falsa en la part final, ja que com més elevada sigui la inversió inicial necessària per començar un negoci, més difícil serà l’entrada de nous competidors, ja que això és una barrera d’entrada.

Per exemple, una de les raons que la companyia ferroviària RENFE no tingui competència és que els competidors tenen una barrera d’entrada molt gran, que és l’elevadíssima inversió inicial en xarxes ferroviàries. Aquesta és la característica comuna de la majoria dels monopolis.

16.  Comenta la frase següent: «La responsabilitat social corporativa suposa costos per a l’empresa, de manera que la companyia redueix els beneficis.»

Resposta oberta. Cada alumne donarà la seva opinió, tenint en compte: un dels avantatges de la RSC és que millora de la competitivitat de l’empresa i la reputació empresarial. Un dels principals inconvenients amb què es troben les empreses, ja que aquest comporta patrocinis, donacions i compromís voluntari amb les normes ambientals que són molt costoses, cosa que es tradueix en menys diners per als accionistes i menys diners per invertir en el creixement empresarial.

17.  Carrefour duu a terme una política de responsabilitat social corporativa intensa en diversos àmbits. Per exemple, per reduir l’ús de plàstics, ha llançat cinc accions:

* introducció de bosses compostables a les seccions d’alimentació fresca;
* reducció d’un 50 % de plàstic en embalatges de fruiteria;
* oferiment a la clientela de portar els seus propis envasos de casa;
* creació de l’aplicació«ReciclaJa», que permet guanyar punts a través del reciclatge;
* instal·lació de punts de reciclatge de plàstic a les seves botigues.

Tenint en compte tot això, respon les qüestions següents:

*a)* Quina mena de costos suposa per a Carrefour cadascuna de les mesures anteriors?

*b)* Hi ha cap mesura que pugui implicar un estalvi de costos?

*c)* Carrefour publicita aquestes mesures i accions de responsabilitat social corporativa, que, sovint, es converteixen en notícia en la premsa. Quin benefici principal n’obté Carrefour?

*a)* Els costos associats a cada una de les mesures serien:

* Introducció de bosses compostables a les seves seccions d’alimentació fresca: més ruptures, que impliquen més nombre de bosses utilitzades.
* Reducció d’un 50 % de plàstic en embalatges de fruiteria: més costos unitaris associats a embalatges reciclables.
* Oferiment a la clientela de portar els seus propis envasos de casa: costos d’organització del treball (no explícits)
* Creació de l’app«ReciclaJa», que permet guanyar punts a través del reciclatge: costos de gestió i associats a les recompenses que ofereix l’app*.*
* Instal·lació de punts de reciclatge de plàstic a les seves botigues: costos de gestió.

*b)* La possibilitat que la clientela aporti els seus propis envasos podria suposar un estalvi de costos.

*c)* En publicitar les seves mesures i accions de responsabilitat social corporativa, Carrefour aconsegueix reforçar la seva imatge de marca, cosa que ajuda a millorar les seves vendes i, amb això, els beneficis.

18. Consulta la pàgina oficial de l’ONU sobre els Objectius de Desenvolupament Sostenible (bit.ly/2015-2030). Tot seguit, busca la pàgina de responsabilitat social corporativa de l’empresa que triïs i respon a les preguntes següents:

*a)* Cita tres mesures concretes de responsabilitat social corporativa de l’empresa. Procura trobar-ne alguna que no sigui predominantment mediambiental.

*b)* Per a cadascuna d’aquestes mesures, indica a quin objectiu o objectius de desenvolupament sostenible contribueix i per què.

*c)* Proposa una possible mesura de responsabilitat social corporativa per a aquesta empresa, i assenyala a quins objectius de desenvolupament sostenible contribuiria.

Resposta oberta. Es valorarà que l’alumnat sigui capaç de relacionar els Objectius del Desenvolupament Sostenible amb les mesures concretes de responsabilitat social corporativa que implanten, o podrien implantar, les empreses.