

## Exercici 1.

[2,5 punts]

### 1.1.

[0,5 punts]

Classificació i justificació d'Orangie, SA

	Tipus d'empresa	Justificació (copieu una frase de l'enunciat que justifiqui la resposta)
Àmbit geogràfic	Internacional	"Opera a Tarragona però exporta a alguns països europeus". "Orangie, SA, va adquirir el 51% d'una empresa de distribució alemanya per a impulsar l'exportació al centre d'Europa".
Dimensió	Petita/PIME	"Una plantilla estable de 28 persones i factura prop de 3,5 milions d'euros a l'any".
Propietat del capital	Privada	Són propietat de persones particulars. "Actualment, aquesta societat anònima compta amb una plantilla estable de 28 persones i factura prop de 3,5 milions d'euros a l'any". "L'empresa familiar Orangie, SA, situada al sud de Tarragona, es dedica a la producció i comercialització de taronges i mandarines".

### Responsabilitat patrimonial

Xifra exacta: 100.000 euros.

### Justificació de la resposta

Orangie, SA, **és una societat anònima** i la responsabilitat patrimonial dels seus socis (la família propietària) **queda limitada al capital aportat**, en aquest cas, a 100.000 euros.

En la societat anònima, els socis no respondran personalment i amb els seus propis béns dels deutes socials davant de tercers, ja que la responsabilitat dels socis se circumscriu exclusivament **al capital aportat** per cadascun per constituir la societat; és a dir, als béns i el patrimoni de la societat.

## 1.2

[0,5 punts]

### Explicació sobre la teoria del sostre de vidre

Describeix les barreres invisibles que impedeixen el desenvolupament professional de les dones, especialment l'accés a càrrecs directius o de molta responsabilitat, tot i estar en igualtat de condicions de formació i experiència laboral que els homes. Dificultats de les dones per emprendre: falta de referents, estereotips de gènere, conciliació de la vida professional i la familiar, discriminació de gènere i accés a finançament.

### Argumentació sobre si la Mireia ha trencat amb la teoria del sostre de vidre des del punt de vista professional

**La Mireia Ro sí que ha trencat amb el sostre de vidre** perquè ha arribat a ser consellera delegada (CEO) de l'empresa Orangie SA. La Mireia Ro és una dona que sempre ha apostat per l'avenç i l'empoderament femení al món laboral: ha arribat a ser la cap visible de l'empresa i, des d'aquesta posició, ha afavorit la conciliació de la vida professional i familiar.

## 1.3

[0,5 punts]

### Aplicaria:

**Anàlisi de la competència i nínxols de mercat mitjançant la matriu ERIC.** La matriu ERIC és un quadrant de quatre espais l'objectiu dels quals és qüestionar el model de negoci i plantejar accions que permetin a l'empresa diferenciar-se de la competència i crear valor. Les quatre preguntes de la matriu són: què eliminar, què reduir, què incrementar i què crear.

### Descartaria:

- a. Concepte, i interpretació del mapa d'empatia de clients i *buyer* persona. El mapa d'empatia és una eina que permet personalitzar, caracteritzar i conèixer el prototip del client de l'empresa. És un llenç que es divideix en 6 parts: què pensa i sent?, què sent?, què veu?, què diu i què fa?, quins obstacles ha de superar?, què vol aconseguir?, quins passos han de seguir per crear un mapa d'empatia: segmentar, humanitzar, empatitzar i validar.
- b. Els oceans blaus és la recerca simultània de diferenciació i costos baixos per obrir un nou espai, o veta de mercat, que encara no ha estat explorat pel comerç. Es crea una nova demanda sense competència. Com es creen els oceans blaus? La idea és crear el que en diuen *innovació en valor*, que consisteix a reduir costos i augmentar el valor per al comprador. El mètode bàsic consisteix a avaluar les variables que

determinen un tipus de producte existent a l'oceà vermell. Un cop les tenim, en reduïm algunes, n'eliminem d'altres, d'altres les incrementem i finalment en creem de noves (inexistents en els productes originals). A partir d'aquí tenim els paràmetres sobre els quals haurem de crear el nou producte.

#### 1.4

[1 punt]

#### Anàlisi DAFO

ANÀLISI DE L'EMPRESA	
<i>Fortaleses de l'empresa</i>	<i>Debilitats de l'empresa</i>
<p>L'empresa té productes (marques) ben diferenciats i valorats al mercat, la qual cosa fa que es distingeixin respecte als de la competència.</p> <p>Es pot considerar que els treballadors són un avantatge competitiu per a l'empresa.</p> <p>Es pot considerar que l'empresa té els recursos financers adequats.</p> <p>Es pot considerar que l'empresa té una bona imatge de cara als consumidors.</p>	<p>L'empresa té uns costos variables unitaris més alts que els dels seus competidors directes.</p> <p>El directius s'han vist forçats a fixar un preu de venda més alt que el dels competidors, cosa que els està frenant les vendes.</p>
ANÀLISI DE L'ENTORN	
<i>Oportunitats de l'entorn</i>	<i>Amenaces de l'entorn</i>
<p>S'ha retirat el seu principal competidor.</p>	<p>Recentment s'ha observat que hi ha una entrada de nous competidors amb costos més baixos, fet que perjudica l'empresa.</p> <p>També s'ha observat un increment de les vendes dels productes substitutius.</p> <p>Hi ha una situació internacional de crisi.</p>

**Nota:** es tindran en compte altres frases copiades del text sempre que estiguin ben col·locades en la matriu DAFO.

## Comentari final d'aquest exercici:

Sobre el text proporcionat, també es podrien plantejar altres opcions de preguntes, per exemple:

### Exemple 1:

#### Explicació de la nova figura: *knowmad*

*Knowmads* (saber i nòmada): són principalment, persones qualificades, generadores i gestores del coneixement i amb gran habilitat per moure's i treballar en entorns digitals i tecnològics.

*Característiques*: adaptables, independents, creatives, digitals, autodidactes i resilients.

En definitiva, tenen flexibilitat, alt grau d'adaptabilitat a les noves aparicions de coneixement que pot presentar el mercat laboral. Grans exponents del teletreball. Poden ser emprenedores i autònoms. També poden col·laborar amb altres *knowmads*.

#### Respecte a la Mireia (justifiqueu la resposta):

**No** podem considerar la Mireia Ro una *knowmad*, perquè del text no es desprèn que tingui les característiques d'aquest perfil professional, més aviat al contrari, diu que “**no és partidària de sortir del negoci tradicional** i que és una CEO que sempre ha treballat per a la mateixa empresa i en un lloc físic fix desenvolupant funcions molt concretes”.

### Exemple 2:

#### Creixement intern

Orangie, SA, ha experimentat **un creixement intern** a l'adquirir 150 hectàrees de tarongers. Això és una inversió a la mateixa estructura de l'empresa.

**D'acord amb la informació del cas:** «l'empresa ha augmentat la plantilla en un 30% i la facturació en un 50%, gràcies a l'adquisició, principalment, de 150 hectàrees de tarongers en un municipi molt proper a la companyia. Això li ha permès vendre més taronges al **mercat actual**, captar clients de la competència i augmentar la freqüència de compra dels **clients actuals**». **Concretament, l'estratègia és: penetració de mercat**

## Creixement extern

També ha experimentat **un creixement extern** en adquirir el 51% d'una empresa de distribució alemanya per a impulsar l'exportació al centre d'Europa. Per tant, va comprar una part del capital social de l'empresa de distribució alemanya amb la intenció de controlar-la. Això és: **participació en societats** i quan es va **associar amb Tulipes Blaves** van constituir una petita empresa per a desenvolupar una varietat de taronges blaves ecològiques, en aquest cas es tracta d'una **joint venture**.

FORMACIOMIRO.COM  
PART D'UN EXAMEN OFICIAL