Funcionament de l'empresa i disseny de moc

Models de negoci i innovació

Solucions · 2 exercicis

Proves d'accés a la universitat (PAU) de Catalunya. Ordenats del més recent al més antic.
Retalls dels exàmens i pautes oficials (selecat.cat / universitats.gencat.cat).

1. PAU 2026 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 1

Exercici 1

[2,5 punts en total]

1.1

Proposta de valor: gelats artesanals, sense additius ni sucres afegits. Productes sans i naturals.

Segment de clients: gent que vol cuidar-se amb productes sans i naturals.

Canals: el formen els detallistes independents a través dels quals es distribueix el producte en el mercat espanyol

1.2

Viabilitat	Frase del text
Econòmica	buscar el llindar de rendibilitat
Tècnica	avaluar si l'empresa disposarà de prou capacitat productiva
Financera	calcular la TIR que obtindrien amb el nou projecte
Comercial	hauran de fer l'anàlisi DAFO

1.3

El nou model de negoci que es proposa és la franquícia, on Girocream actua com a empresa franquiciadora.

Avantatges del model de franquícia per al franquiciador Girocream (només 1)

1. Més notorietat i presència al mercat.
2. Possibilitat d'obtenció d'economies d'escala a la producció.
3. Menor inversió per expansió comercial.
4. Expansió més ràpida del negoci i de la marca.
5. Risc financer més baix.

Inconvenients del model de franquícia pel franquiciador (només 1)

1. Pèrdua de control directe sobre la gestió diària dels punts de venda.
2. Menor marge de benefici, que s'haurà de compartir amb el franquiciat.
3. Comunicació amb el client complexa, menor informació sobre el mercat.
4. Risc d'incompliments per part del franquiciat (royalties, confidencialitat, imatge de marca…).
5. Inversió inicial de posada en funcionament de la franquícia elevada.

1.4

El document en què s'exposen les regles i principis que regulen els comportaments dels agents que pertanyen a una organització és el codi de conducta intern o codi de bones pràctiques (Codi ètic).

A final d'any aquesta empresa podria publicar un balanç social, per quantificar les activitats respecte de la RSC que ha fet l'empresa durant aquell període i poder així fer-ne un seguiment:

1.5

El fet vendre el mateix producte a mercats nous suposa seguir la matriu d'Ansoff, és a dir, l'estratègia de desenvolupament de mercats. L'empresa manté el seu producte actual, però cerca introduir-lo en nous mercats geogràfics.

Si els emprenedors tenen responsabilitat limitada al capital aportat, són 2, només tenen 10.000 € de capital inicial, i no cotitza a borsa, ens trobarem davant una societat de responsabilitat limitada (SRL o SL)

2. PAU 2026 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 1

Exercici 1

[2,5 punts en total]

1.1

a)

No, no és una franquícia. En cap moment del text es pot interpretar que el negoci ho sigui. Una franquícia és un model de negoci en què una empresa (anomenada franquiciador) cedeix a una altra persona o empresa (anomenada franquiciat) el dret d'utilitzar la seva marca, els seus productes i el seu sistema de treball a canvi d'un pagament o d'una sèrie de condicions. Jocs creatius no ha cedit l'ús de cessió de la seva marca.

b)

Per altra banda, aquesta empresa promou l'economia circular. Aquest és un model econòmic que busca reduir el desaprofitament i maximitzar l'ús dels recursos. A diferència del model lineal tradicional, que implica extreure, fabricar, utilitzar i llençar, l'economia circular promou la reutilització, la reparació, el reciclatge i la regeneració dels materials.

Aquesta empresa de jocs reaprofita la fusta d'alguns mobles que s'han fet vells, s'han fet malbé, etc.

1.2

Cada soci té un vot, independentment de la seva aportació al capital.

Cooperativa

És una societat mercantil capitalista.

Societat limitada

Es pot fundar mitjançant fundació successiva.

Cap de les dues

Els socis tenen dret de vot i els beneficis es distribueixen segons la proporció de participació.

Societat limitada

El principal objectiu és generar beneficis per als socis.

Societat limitada

La responsabilitat és il·limitada

Cap de les dues

El capital social està dividit en accions.

Cap de les dues

Sol tenir avantatges fiscals.

Cooperativa

Almenys tres socis han de ser treballadors fixos.

Cap de les dues

La transmissió de les participacions de l'empresa és restringida.

Societat limitada

1.3

La diferència principal entre una patent i una marca registrada rau en el tipus de protecció que ofereixen i què protegeixen:

1. Patent (protegeix una invenció, solució tècnica, procés tècnic nou, etc.): és un títol que reconeix el dret d'explotar en exclusiva la invenció patentada i impedeix a tercers la fabricació, la venda o la utilització sense el consentiment del titular. Per aconseguir una patent, la invenció ha de ser nova, tenir aplicació industrial i no ser òbvia.

2. Marca registrada (protegeix una identitat comercial, nom, logotip, colors, símbols, etc. d'una marca). La marca registrada protegeix els símbols, noms, logotips, eslògans o altres elements que identifiquen l'origen d'un producte o servei i el distingeixen de la competència.

Una patent protegeix una invenció tècnica, en aquest cas podria protegir el disseny del joc, mentre que una marca registrada podria protegir la marca del producte i el logotip. En aquest cas podria protegir la marca *Brain Memory* i el logotip dels quatre cervells de color blau.

1.4

El model *Lean Startup* busca llançar productes al mercat de manera ràpida i econòmica, i contempla el llançament d'un PMV a partir del qual obté un feedback dels usuaris. El PMV (producte mínim viable) inclou només les característiques essencials per resoldre un problema o satisfer una necessitat bàsica dels usuaris.

Per tant, es pot dir que sí que s'aplica aquest model. L'empresa va fer un PMV, va llançar al mercat una versió simple i funcional del joc. Això li va permetre obtenir les primeres reaccions i comentaris dels usuaris reals amb rapidesa (va validar entre diferents usuaris a qui podria interessar i a partir de la informació que va rebre, va millorar el producte).