



SÈRIE 1

Pautes de correcció generals:

1. Es valorarà la correcció escrita del vocabulari econòmic i el raonament econòmic expressat amb coherència. De manera que el corrector podrà aplicar descomptes sobre la puntuació màxima dels exercicis si els arguments econòmics s'expressen de manera inconsistent.
2. El que figura a les pautes de correcció que segueixen, especialment a les preguntes obertes, són respostes orientatives sovint molt completes. Els correctors no han de buscar la perfecció de les respostes per aplicar la màxima puntuació. Qualsevol explicació a les preguntes obertes que demostrï que l'estudiant argumenta correctament el que es demana a l'enunciat es donarà per bona.
3. Els errors en els càlculs numèrics només es poden descomptar una vegada. És a dir, que si en un apartat no calculen el valor correcte, però als apartats següents els estudiants fan els càlculs o interpretacions bé a partir dels valors erronis obtinguts en l'apartat anterior, s'ha d'atorgar igualment la puntuació màxima.

Pautes de correcció específiques:

Exercici 1

1.1

[1 punt: 0,5 punts per cada definició]

a)

El patrimoni de les empreses està format pel conjunt de béns, drets i obligacions degudament valorats en relació amb la finalitat a què es destinen. La diferència entre els béns i els drets que posseeix l'empresa i tots els deutes que té configura la riquesa de l'empresa, és a dir, el seu **patrimoni net**.

Patrimoni net = béns + drets – obligacions

Béns i drets = actiu

Obligacions = passiu

Segons això: $PN = \text{actiu} - \text{passiu}$



b)

A partir d'aquesta igualtat s'obté la igualtat fonamental de la representació del patrimoni de l'empresa, **l'equilibri patrimonial**.

$\text{Actiu} = \text{patrimoni net} + \text{passiu}$

$\text{Inversions} = \text{fonts de finançament}$

1.2

[1 punt]

Completeu les dades que falten per elaborar un balanç de situació senzill:

Actiu no corrent	30	Patrimoni net	15
Actiu corrent	70	Passiu no corrent	15
TOTAL ACTIU	100	Passiu corrent	70
		Total patrimoni net i passiu	100

Què significa un fons de maniobra nul?

Si el fons de maniobra és nul, això significa que el passiu corrent ha de ser igual que l'actiu corrent. Per tant, el passiu no corrent és de 15.

Un fons de maniobra nul vol dir que l'empresa podria començar a tenir dificultats per fer front als seus deutes a curt termini. Per gaudir d'una situació més favorable convindria que l'empresa obtingués un fons de maniobra positiu. No obstant això, si recordem que l'empresa és una distribuïdora, en aquest cas un FM negatiu o nul no necessàriament és preocupant perquè l'empresa potser paga els seus proveïdors més tard, és a dir, quan ja fa dies que ha cobrat l'import de les mercaderies (joguines) venudes.



1.3

[0,5 punts]

Càlcul:

La ràtio de la rendibilitat de les vendes s'expressa com = $BAll / \text{import net de la xifra de vendes}$

En aquest cas: $1.500.000 / 79.000.000 = 0,0189$. És a dir, 1,89%

També s'admet: $1,5 \text{ milions d'euros} / 79 \text{ milions d'euros} = 0,0189$. És a dir, 1,89%

Comentar el resultat obtingut:

La rendibilitat de les vendes expressa el benefici obtingut per cada unitat venuda. Per cada 100 euros venuts aconseguirà recuperar aquells 100 euros i a més obtindrà un benefici abans d'impostos i interessos d'1,89 euros. Indica quina ha estat l'aportació relativa de les vendes al nivell de beneficis.



Exercici 2

2.1.

[1,25 punts]

Càlcul:

El criteri de selecció d'inversions que s'utilitzarà amb la informació facilitada serà el del *payback* o termini de recuperació.

Projecte ECOLÒGIC 1 :

$180.000 = -65.000$ (primer any) + 245.000 (segon any)

Per tant, es recupera la inversió en 1 any i 294 dies $(245.000/300.000)*360$ dies.

O en **1 any i 9,8 mesos** $(245.000/300.000)*12$ mesos.

Projecte ECOLÒGIC 2:

$230.000 = 165.000$ (primer any) + 65.000 (segon any)

Per tant, es recupera la inversió en 1 any i 167 dies $(65.000/140.000)*360$ dies.

O en **1 any i 5,57 mesos** $(65.000/140.000)*12$ mesos.

Interpretació i elecció:

La millor opció, segons el criteri del termini de recuperació, **és el projecte ECOLÒGIC 2**, ja que es recupera la inversió abans que l'altre projecte.

2.2.

[0,75 punts]

Càlcul:

VAN (ECOLÒGIC 1) = - 180.000 - 65.000/(1,06) + 300.000/(1,06)² - 10.000/(1,06)³ + 370.000/(1,06)⁴ = - 180.000 - 61.320,75 + 266.998,93 - 8.396,19 + 293.074,66 = 310.356,65 €

VAN (ECOLÒGIC 2) = - 230.000 + 165.000/(1,06) + 140.000/(1,06)² + 160.000/(1,06)³ + 185.000/(1,06)⁴ = -230.000 + 155.660,38 + 124.599,50 + 134.339,09 + 146.537,33 = 331.136,30 €



Interpretació i justificació:

Segons el criteri del VAN seria més recomanable el projecte ECOLÒGIC 2 perquè el valor actualitzat dels fluxos de caixa esperats, al moment 0, és positiu i superior al d'ECOLÒGIC 1.

Per tant, **sí que escolliríem el mateix projecte que en l'apartat anterior (apartat 2.1.)**

2.3.

[0,5 punts]

Els mètodes de selecció d'inversions estàtics (criteri del termini de recuperació o *payback*) són més senzills de calcular i ens donen una primera orientació, però no tenen en compte el factor temps per a valorar els fluxos monetaris generats pel projecte, i consideren que el valor del diner és constant al llarg del temps. És a dir, no tenen en compte el principi d'equivalència financera. El *payback*, a més a més, no té en compte tota la vida del projecte per al càlcul.

En canvi, el VAN és un mètode dinàmic de selecció d'inversions i, com a tal, té en compte el factor temps a l'hora de valorar els diferents fluxos generats pel projecte d'inversió, atès que suposa que l'inversor prefereix el diner actual al diner futur. Té en compte que el poder adquisitiu dels diners varia en diferents períodes a causa de la inflació i la taxa d'actualització.

Conclusió: Per tant, el mètode més adequat a l'hora de valorar diferents projectes d'inversió tenint en compte la inflació és el VAN.



Exercici 3

3.1.

[1 punt]

+Ingressos d'explotació	850.000 €	
Import net de la xifra de negocis	850.000 €	
-Despeses d'explotació	471.000€	
Proveïments (Compres +- Variació d'existències comercials i matèries primeres): 170.000+29.000	199.000 €	
Despeses de personal	145.000 €	
Amortització de l'immobilitzat	15.500 €	
Altres despeses d'explotació	111.500 €	
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ = RESULTAT ABANS D'INTERESOS I IMPOSTOS (BAIL) =	379.000 €	= ingressos d'explotació – despeses d'explotació
+ Ingressos financers	1.200€	
- Despeses financeres	20.300 €	
RESULTAT FINANCER	-19.100 €	= ingressos financers – despeses financeres
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI) =	359.900 €	= BAIL – resultat financer
- Impost sobre beneficis	90.000 €	
RESULTAT NET (BN) =	269.900 €	= BAI - impost sobre beneficis



3.2.

[0,5 punts]

Per avançar el cobrament de les lletres **l'única opció és fer un descompte d'efectes**. El descompte d'efectes consisteix en portar al descompte al banc els efectes de què disposa l'empresa. L'empresa obté la quantitat que estableix l'efecte abans que arribi el seu venciment, a canvi del pagament d'uns interessos i possibles comissions. A la data del venciment, el banc els presenta als obligats a pagar per tal que els facin efectius. En cas d'impagat es retornen als seus clients (cedents) carregant-los-hi en compte juntament amb totes les despeses que s'hagin produït.

3.3.

[1 punt]

Càlcul:

Total passiu = actiu – patrimoni net = 2.000.000 – 800.000 = 1.200.000 €

Ràtio d'endeutament = deutes* / total patrimoni net i passiu =
1.200.000/2.000.000= **0,6**.

Deutes*: passiu corrent + passiu no corrent

Interpretació:

Respecte cada 1 euro del total de patrimoni net + passiu a llarg termini + passiu a curt termini, l'empresa deu en total 0,60 euros.

La proporció de finançament extern respecte al finançament propi és del 60%. En resum podem dir que aquesta empresa té un endeutament dintre dels paràmetres acceptables que seria entre el 40 i el 60%, respecte el total de finançament.

El valor orientatiu d'aquesta ràtio hauria de ser entre 0,4 i 0,6.

Hi ha llibres de text que situen el valor òptim entre 0,2 i 0,8. Qualsevol opció de les esmentades és bona.

Per tant, l'afirmació anterior és falsa. SILA,SA gaudeix d'un bon nivell d'endeutament.



Exercici 4

4.1.

[1 punt]

L'estratègia multidomèstica: té com a prioritat **la sensibilitat a les diferències entre els mercats dels diferents països**, i per aquest motiu, l'empresa multidomèstica aborda la seva activitat internacional país a país adoptant una estructura **totalment descentralitzada** que dona una elevada **autonomia als directius de les filials locals**, que, en general, solen ser originaris del mateix país.

En resum: mercats heterogenis, estructura descentralitzada i autonomia de les filials.

Exemple: Telefónica, durant molt de temps ha implementat un model multidomèstic per gestionar la seva presència a Amèrica Llatina. Té presència, entre d'altres països, a Xile, Puerto Rico, Veneçuela, Argentina, Colòmbia, Perú, Mèxic, Portugal i Romania.

L'estratègia global: aquestes empreses perceben el món com **un únic mercat homogeni** al qual ofereixen productes iguals, amb les mateixes marques i elaborats en plantes de fabricació especialitzades des d'on es cobreix tot el món.

Per tant, aquestes empreses no tenen en compte les diferències entre països, ja que necessiten aconseguir les economies d'escala que els permetin ser competitives en cost.

L'empresa global té una estructura **molt centralitzada**, on la matriu és qui té tota la capacitat de decisió. El paper de les **filials exteriors és totalment passiu**, ja que es limiten a implantar les ordres de la matriu en el mercat geogràfic que els toca.

En resum: mercat homogeni, estructura centralitzada i filials exteriors sense poder de decisió.

Exemple: Levi Strauss canvia la seva estratègia, a final dels 80, i passa de ser una companyia multidomèstica a ser multinacional global. Com a conseqüència d'aquest canvi, les filials exteriors de la nord-americana perden la seva autonomia sobre el mercat interior i passen a estar totalment supeditades a l'autoritat de la matriu.



4.2.

[0,5 punt]

Explicació:

El creixement intern es dona quan l'empresa realitza un augment de la seva dimensió per mitjà d'inversions a la seva pròpia estructura.

El creixement intern d'una empresa es refereix a l'increment de la seva capacitat productiva, és a dir, del seu patrimoni mitjançant noves inversions.

Descripció de dues formes o estratègies de creixement intern. Cada llibre de batxillerat ofereix diferents tipus o formes de creixement.

- a) Per poder créixer, l'empresa realitza l'adquisició de nous factors de producció per tal d'augmentar el seu volum d'operacions, com, per exemple, la construcció de noves instal·lacions, la contractació de personal, la compra de maquinària, etc.

La pròpia empresa realitza inversions en la seva pròpia estructura (construcció de nous edificis o noves instal·lacions i adaptacions d'antigues, adquisició de nova maquinària, contractació de treballadors, etc.), és a dir, en resum, que suposa la inversió en factors productius per a augmentar la capacitat productiva de l'empresa.

- b) Els recursos financers que l'empresa empra per al seu creixement poden provenir de l'increment de les vendes, de noves aportacions dels socis o de l'endeutament.
- c) **Estratègia de Penetració del Mercat:** Sense canviar els productes, l'empresa ha de vendre més (i per tant produir més) als mateixos mercats actuals a través de estratègies i tàctiques de màrqueting. A vegades es tracta de utilitzar o aplicar eines de producte com l'envàs, l'etiqueta, millorar la qualitat, etc., i així augmentar l'atractivitat d'aquest; altres vegades s'aconsegueix més penetració amb canvis o adaptació de preus; també es pot aconseguir mitjançant canvis en la distribució i els segments dels actuals mercats, etc.
- d) **Estratègia de Desenvolupament de Productes:** L'empresa basa el seu creixement en la decisió de produir nous productes, que distribuirà als mateixos mercats actuals. A vegades es tracta de productes complementaris com l'exemple d'una empresa productora de cervesa que decideix produir aigua mineral embotellada que distribuirà als mateixos clients dels actuals mercats i així creixeran les vendes.



- e) **Estratègia de Desenvolupament de Mercats:** En aquest cas l'empresa continua amb els mateixos productes però decideix, per créixer, augmentar els mercats de destinació dels productes. Aquests mercats nous implicaran vendre a persones noves i es pot aconseguir amb l'obertura de diferents mercats geogràfics i tenint en compte també nous segments o grups als que fins ara no veníem els nostres productes.
- f) **Estratègia de Diversificació:** Aquesta estratègia combina els nous productes amb els nous mercats. Malgrat tot que pot ser la més arriscada, ja que l'empresa s'enfronta a vendre nous productes a clients de mercats desconeguts, també és la que pot donar un resultat de creixement més alt, en el cas que aconseguim conèixer millor els nous mercats i consumidors i adaptar-nos a ells.

4.3.

[1 punt]

Explicar **quatre estratègies** de creixement extern. **Només se'n demanen quatre**, a la solució hi trobareu moltes més.

Les més importants són:

- **Fusió pura:** Unió de diverses empreses per la qual se'n crea una de nova. L'empresa que sorgeix assumeix els drets i obligacions de les empreses que es dissolen sense que hi hagi liquidació, i així es forma un patrimoni únic de l'empresa fruit de la fusió. Per exemple, quan es van fusionar BBV i Argentaria, donant lloc a BBVA.
- **Fusió per Absorció:** Una empresa n'adquireix una altra, l'absorbida desapareix, mentre que la principal es manté i assumeix el lideratge. La Caixa (ara CaixaBank) va absorbir, per exemple, Caixa Girona; es va mantenir la primera mentre que va desaparèixer la segona.
- **Participació:** Una empresa compra part del capital social d'una altra amb intenció primer de participar i després dominar-la i gestionar-la de manera parcial o total. Aquesta participació pot portar al control absolut quan es té més del 80% del capital social de l'altra empresa, al control majoritari quan es té més del 50% del capital social, o al control minoritari quan es té menys del 50%.
- **Cooperació:** És quan una empresa obre una col·laboració o cooperació en matèria de comerç, per exemple, creant un consorci d'exportació (l'exemple de Campofrío, El Pozo, Guijuelo i altres empreses per comercialitzar el pernil espanyol per tot el món).



- **Franquícia:** Una de les operatòries estructurals més estesa. És quan una empresa explota el saber fer (*Know How* o *Savoir Faire*) que ha acumulat amb la seva experiència i crea unitats d'explotació per a la producció de béns o serveis o per la venda de productes. És el cas d'Inditex-Zara, McDonalds, Corporació Alimentària de Guissona, etc., que han creat la seva xarxa de franquiciats.
- **Joint-Venture:** Dues o més empreses llancen un projecte empresarial conjunt. No perden identitat individual, eviten fer-se competència entre elles i aconsegueixen sumar experiència i coneixements complementaris en el nou producte-mercat. Per exemple, Nestlé i Coca-Cola, una amb coneixements de te i l'altra, de refrescos, creen Nestea.
- **Unió Temporal d'Empreses (UTE):** Es tracta d'una Unió Temporal d'Empreses fer a un fi determinat, i és considerada com una forma de cooperació transitòria específica del sector de la construcció.
- **Clúster:** Concentració geogràfica d'empreses, institucions, universitats, centres de recerca i administracions públiques, que comparteixen interès per un sector econòmic concret.
- **Trust o Concentració Vertical:** Conjunt d'empreses que formen part de diferents fases del procés de producció i cadena de valor, i que intenten reduir costos i dominar el mercat.
- **Càrtel o Concentració Horitzontal:** Grup d'empreses del mateix sector productiu que dominen gairebé pràcticament tot el mercat i es posen d'acord pel que fa als preus i les estratègies de venda. És el cas de l'OPEP en el món del petroli.
- **Hòldings:** Forma d'organització d'empreses en la qual una companyia aconsegueix les accions o participacions de les altres empreses i passa a controlar aquestes companyies. A vegades es sinònim de grup empresarial.



Exercici 5

5.1.

[1 punt]

Càlcul del llindar de rendibilitat o llindar de benefici de l'empresa o punt mort:

Costos fixos: 30.000 euros

Costos variables: 14.000 euros

Costos variables unitaris: $14.000/100 = 140$ euros/unitat

Preu de venda: 200 euros/unitat.

Punt mort = total costos fixos / (preu unitari – costos variables unitaris)

Punt mort = $30.000 / 200 - 140 = 500$ unitats.

Interpretació:

A partir de produir i vendre 500 unitats l'empresa obtindrà beneficis.

Càlcul del benefici si s'han produït 700 unitats de producte:

El benefici que obté l'empresa produint 700 unitats de producte serà:

$B = (700 \times 200) - (700 \times 140) - 30.000 = 12.000$ euros

5.2.

[0,8 punts]

Costos fixos: 30.000 euros

Costos variables: 14.000 euros

Costos variables unitaris: $14.000/100 = 140$ euros/unitari

Preu de venda unitari: ??????? euros/unitat.

Punt mort = total costos fixos / (preu de venda unitari – cost variable unitari)

$400 = 30.000 / (\text{preu de venda unitari} - 140)$

Preu unitari del producte = $86.000/400 = 215$ euros



5.3.

[0,7 punts]

Costos fixos: 30.000 euros

Costos variables: 14.000 euros

Costos variables unitaris: $14.000/100 = 140$ euros/unitat

Preu de venda: ????? euros/unitat.

Benefici = ingressos per vendes - costos totals = 18.000 euros

$$18.000 = 700 \times P - (140 \times 700) - 30.000$$

$$18.000 = 700 \times P - 98.000 - 30.000$$

$$18.000 = 700 \times P - 128.000$$

$$128.000 + 18.000 = 700P$$

$$146.000 = 700 \times P$$

Preu del producte = $146.000/700 = 208,57$ euros.



Exercici 6

[Cada resposta correcta val 0,5 punts. Per cada resposta errònia es descomptaran 0,15 punts; per les preguntes no contestades no hi haurà cap descompte.]

6.1.

D

6.2.

B

6.3.

A

6.4.

C

6.5.

A