

L'ÚLTIM REPÀS DE TEORIA.

(Els 60 conceptes més preguntats en els últims anys)

1. El fons de maniobra

Definició: El fons de maniobra és la part de l'actiu corrent finançat pels capitals (recursos) permanents. Es tracta d'un marge de seguretat financer que permet evitar problemes a l'hora de fer front als pagaments del deute a curt termini (passiu corrent).

Es pot calcular com la diferència entre l'actiu corrent i el passiu corrent: Fons de Maniobra = Actiu corrent – Passiu corrent O també pot ser calculat restant l'actiu no corrent al patrimoni net més el passiu no corrent: Fons de Maniobra = Passiu no corrent + Patrimoni net – Actiu no corrent

Tenir un fons de maniobra suficient és garantia per a l'estabilitat de l'empresa. En general, el fons de maniobra ha de ser positiu ja que sinó, es donaria la situació en que l'actiu no corrent estigués finançat amb passiu corrent, la qual cosa augmentaria el perill de una suspensió de pagaments.

2. INVERSIÓ/FINANÇAMENT

Una inversió implica immobilitzar avui uns recursos financers per a l'adquisició d'uns béns o uns drets a canvi d'obtenir uns ingressos en el futur. Exemples: maquinària, equips per a processos d'informació, construccions...

El finançament implica obtenir els mitjans necessaris per dur a terme les inversions. Per dur a terme l'activitat econòmica l'empresa necessita també recursos líquids o mitjans de pagament que li permetin de fer inversions; això és el que s'anomena fonts de finançament.

Exemples: préstecs, lísing, rënting, proveïdors...

3. LA TIR

La TIR és la taxa d'actualització o descompte (r) que fa el VAN = 0. Indica la rendibilitat que genera una inversió.

Per seleccionar una inversió seguint el criteri de la TIR, cal comparar aquesta taxa de rendibilitat (r) amb el tipus d'actualització o descompte del mercat (i). Seleccionaríem aquell projecte d'inversió per al qual r és més gran que la taxa d'actualització. És a dir:

Si $r > i$, convé fer la inversió, ja que s'obté una rendibilitat superior a la del mercat. Si $r = i$, la inversió és indiferent. Si $r < i$, no convé fer la inversió, ja que la rendibilitat del mercat és superior a la de la inversió.

4. L'estratègia corporativa

L'estratègia corporativa és el nivell més alt d'estratègia. Correspon a les decisions estratègiques (que estableixen per exemple el perfil de la cartera de negocis i els camps d'activitat on es vol estar present) que prenen els directius que ocupen els nivells jeràrquics més elevats de l'organització

5. El creixement intern

El creixement intern fa referència a aquell que realitza una empresa mitjançant noves inversions dins de la mateixa empresa, augmentant el patrimoni i la capacitat productiva de l'empresa.

L'empresa augmenta la seva dimensió per mitjà d'inversions en la seva pròpia estructura.

6. La fusió pura

La fusió pura es dona quan dues o més societats (generalment de dimensions equivalents) s'uneixen per constituir-ne una de nova, de manera que desapareixen a continuació les empreses o formes jurídiques anteriors

7. Lideratge en costos

L'estratègia de lideratge en costos pretén aconseguir l'avantatge competitiu respecte als competidors mitjançant uns costos molt baixos de producció.

S'adopta quan una empresa presenta uns costos inferiors als dels seus competidors en un determinat producte o servei semblant en el seu nivell de qualitat.

Exemples: Primark, Hacendado...

8. L'auditoria de comptes

L'auditoria de comptes és l'examen dels estats financers d'una entitat realitzat per professionals qualificats i independents, d'acord amb normes d'auditoria generalment acceptades.

La finalitat de l'auditoria de comptes és expressar una opinió sobre l'adequació de que els estats financers presenten la imatge fidel del patrimoni, de la situació financera de l'entitat i del resultat de les seves operacions, d'acord a principis i normes comptables generalment acceptats, que guarden uniformitat amb els aplicats durant l'exercici anterior.

El resultat de l'auditoria de comptes es materialitza en l'informe d'auditoria.

9. Què diferencia una auditoria operativa d'una auditoria financera?

La seva diferència està en el contingut i finalitat de l'auditoria.

- L'auditoria operativa revisa els procediments portats a terme per l'organització de l'empresa amb la finalitat d'analitzar l'eficàcia i l'eficiència de l'estructura global de l'empresa quan a objectius, planificacions, etc.
- L'auditoria financera examina i verifica els comptes anuals de l'empresa, a fi de confirmar les dades que s'hi reflecteixen.

10. L'ordre del cicle comptable de l'empresa és el següent:

1. Balanç de situació inicial.
2. Assentament d'obertura.
3. Registre de les operacions de l'exercici.

4. Regularització.
5. Balanç de comprovació de sumes i saldos.
6. Càlcul del resultat.
7. Assentament de tancament.
8. Balanç final o comptes anuals.

11. Els comptes anuals

Els documents que formen part dels comptes anuals, a més del balanç de situació d'una empresa, són:

1. Compte de pèrdues i guanys
2. Estat de fluxos d'efectiu
3. Estat de canvis del patrimoni net
4. Memòria

12. Inversió financera:

Adquisició d'un actiu financer: obligacions, accions, dipòsits bancaris, etc.
Finalitza quan els títols són venuts.

Exemple d'inversió financera: adquisició d'accions d'una empresa, compra d'obligacions de la Generalitat, etc.

13. Inversió a curt termini

Inversió a curt termini: Inversió vinculada a l'empresa durant un període inferior a la durada d'un exercici econòmic (normalment 1 any).

Exemple d'inversió a curt termini: Dipòsit bancari a 3 mesos.

14. Inversió estratègica

Inversió estratègica: Inversions de modernització que tenen per objectiu l'adaptació de l'empresa a canvis tecnològics i l'increment de la seva competitivitat.

Exemple d'inversió estratègica: Compra de maquinària de tecnologia punta.

15. Inversió substitutiva:

Inversió substitutiva: Inversió que limita la realització d'altres. Cal tenir en compte que no es confongui amb la de reposició o renovació que es aquella que substitueix un actiu vell per un altre de nou.

Exemple d'inversió substitutiva: Comprar una maquinària del model A en lloc del model B.

16. Amortització

Expressió comptable del repartiment (periodificació) del cost d'adquisició de l'immobilitzat en exercicis successius que reflexa la pèrdua de valor del bé.

17. Capital

Valor de les aportacions del socis representat en accions (S.A.) o participacions (S.L.)

18. Emprèstit

És una emissió de deute (obligacions, bons, pagarés, lletres...) que emeten les empreses i que compren els particulars o altres empreses a canvi d'un interès. En la data que s'hagi determinat l'empresa haurà de tornar els diners invertits pels compradors d'acord amb les condicions que s'hagin pactat.

19. Facturatge

Una empresa, de facturatge, compra les factures o drets de cobrament pendents del venedor.

El factor s'encarrega de cobrar als consumidors finals l'import de les factures, assumint els impagats, que no són repercutits al venedor (cedent dels crèdits).

El cost per al cedent és elevat en funció del grau d'impagats que es vulgui que assumeix el factor.

20. creixement intern/creixement extern

DEFINICIÓ CREIXEMENT INTERN

El creixement intern és el que realitza una empresa mitjançant noves inversions dins de la mateixa empresa.

DEFINICIÓ CREIXEMENT EXTERN

El creixement extern és el que es realitza per alguna operació d'adquisició, fusió, control o cooperació amb d'altres empreses i s'accedeix a nous mercats.

IMPLICACIÓ CREIXEMENT INTERN

S'incrementa el patrimoni i la capacitat productiva de l'empresa.

IMPLICACIÓ CREIXEMENT EXTERN

Disminueix el número d'empreses i incrementa la mida de les empreses que persisteixen.

21. aspectes que cal tenir en compte a l'hora d'escollir una forma jurídica

- Capital inicial disponible i/o necessari: Cal tenir en compte el capital que es necessita per a cada forma societària per veure si la forma jurídica escollida serà o no viable. Per als empresaris individuals no hi ha cap capital social mínim, per a les societats limitades és de 3.005,06 € i per a les societats anònimes és de 60.101,21 €.
- Nombre de socis: Cal tenir present el nombre de persones que participen en el projecte, i que determinarà la forma jurídica a escollir. Per exemple: una sola persona pot treballar com a empresari individual, societat de responsabilitat limitada o societat anònima, una societat laboral necessita un mínim de 3 socis.
- Responsabilitat patrimonial: En funció de la responsabilitat que s'estigui disposat a prendre, caldrà escollir el tipus de societat. Per exemple, si es vol limitar la responsabilitat dels socis, caldrà escollir una societat mercantil (societat anònima, societat limitada...), i si s'està disposat a respondre amb el patrimoni personal, es podrà optar per una empresa individual, una societat civil, una comunitat de béns o una societat col·lectiva.
- Necessitats d'inversió i possibilitats de finançament: La dimensió econòmica implicarà

la necessitat de més o menys socis i persones.

- Tipus d'activitat: algunes activitats requereixen formes jurídiques concretes.
- Perspectives de creixement: pel que hi haurà determinats negocis que necessitaran deixar oberta la possibilitat de creixement de socis.
- Aspectes fiscals: Les persones jurídiques paguen l'impost sobre societats o beneficis, que representa aplicar un percentatge fix en funció dels seus resultats. Les persones físiques paguen l'impost sobre la renda de les persones físiques pels rendiments de l'activitat empresarial i/o professional que representa un percentatge escalat en funció dels beneficis obtinguts. En el cas d'alguns tipus de societats, hi ha avantatges fiscals, com per exemple per a les cooperatives i les societats laborals.
- Socis treballadors: Si els socis treballaran a l'empresa, caldrà optar per una empresa laboral o cooperativa.
- Nombre de treballadors i treballadores a contractar: Si una empresa ha de contractar molts treballadors potser estarà més interessada en constituir una societat que limiti la responsabilitat dels socis.
- Ajudes financeres i subvencions públiques: Algunes formes jurídiques tenen privilegis i reben més ajudes i subvencions que d'altres.
- Simplicitat en els tràmits de constitució: El volum de tràmits inicials pot ser un determinant a l'hora de decidir-se pel tipus de societat a constituir, perquè pot representar una major rapidesa així com un menor cost.
- Llibertat d'acció de l'emprenedor: L'empresari individual tindrà més llibertat que no pas un soci d'una S.A, ja que podrà decidir en tot moment i sense necessitat de consens per part de tots els socis.

22. Préstecs

Contracte mitjançant el qual generalment, una entitat de crèdit, lliura un import prèviament pactat a una empresa o individu, amb un venciment i pla d'amortització establert, i amb uns interessos pactats.

23. Emprèstits

És una emissió de deute (obligacions, bons, pagarés, lletres...) que emeten les empreses i que compren els particulars o altres empreses a canvi d'un interès. En la data que s'hagi determinat l'empresa haurà de tornar els diners invertits pels compradors d'acord amb les condicions que s'hagin pactat.

24. Lísing

És una forma de finançament per a l'adquisició de béns de producció o equipament. L'empresa de lísing adquireix el bé en qüestió, i pacta amb l'empresa un pla d'amortització (lloguer) pel qual aquesta, paga una renda durant un període concret i al final del qual, pagant un import anomenat opció de compra, l'empresa pot quedar-se el bé en propietat. Tot i que la propietat del bé és de l'empresa de lísing, l'empresa que l'està pagant l'utilitza i és l'encarregada del seu manteniment i bon ús.

25. Pòlissa de crèdit

Mètode de finançament pel qual l'empresa signa un contracte amb el banc, que posa a la seva disposició un compte de crèdit amb un límit. L'empresa utilitza aquest mètode quan no sap exactament quan ni quant necessitarà aquests diners. L'empresa paga pels imports disposats els interessos i una comissió per la quantitat que no hagi utilitzat.

26. Crèdit comercial o de proveïdors

Finançament que s'aconsegueix per fer pagaments a crèdits, és a dir, posteriorment a la data de la realització de l'operació. L'empresa disposa del que ha comprat, per tant, ho pot incorporar al seu procés productiu, sense haver-ho pagat, pel que disposa de finançament durant aquest període de temps

Descompte d'efectes

El descompte d'efectes consisteix en portar al descompte al banc els efectes del que disposa l'empresa. L'empresa obté la quantitat que estableix l'efecte abans de 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.

27. Facturatge

Una empresa, de facturatge, compra les factures o drets de cobrament pendents del venedor. El factor s'encarrega de cobrar als consumidors finals l'import de les factures, assumint els impagats, que no són repercutits al venedor (cedent dels crèdits). El cost per al cedent és elevat en funció del grau d'impagats que es vulgui que assumeixi el factor.

28. La localització

Són moltes les variables que les empreses poden tenir en compte a l'hora de decidir la ubicació de l'activitat empresarial. En funció del tipus d'activitat es consideraran unes o altres.

1. El grau de desenvolupament d'infraestructures de transports i comunicacions.
2. La proximitat a les fonts de matèries primeres.
3. La proximitat als clients.
4. L'accés a les xarxes de subministraments.
5. El mercat de treball.
6. El cost del terreny.

7. El desenvolupament de la regió.
8. La legislació fiscal, jurídica i mediambiental.
9. La facilitat de crèdit.
10. Factors demogràfics.

29. Deslocalització:

La deslocalització fa referència al fet de traslladar algunes de les fases de la cadena de producció, o tot el procés de producció, a un altre país, on els costos de producció i transport resulten més barats.

Alguns factors que condicionen la localització d'una empresa són els següents:

1. el cost dels terrenys;
2. la demanda del mercat;
3. la disponibilitat i l'accés a les matèries primeres;
4. les infraestructures de transports i comunicacions;
5. la legislació mercantil, fiscal, social;
6. el mercat de treball;
7. l'accés al mercat de capitals;
8. el desenvolupament de la regió...

30. El clúster

Un clúster és una concentració geogràfica d'empreses, institucions i universitats que comparteixen l'interès per un sector econòmic i estratègic concret. (Segons Michael Porter, els clústers són "un grup d'empreses geogràficament properes, adequadament interconnectades i associades en institucions d'un sector determinat i finalment relacionades per concordances i complementarietats). Aquestes associacions generen una col·laboració que permet als seus membres fer projectes conjunts de tot tipus, des d'activitats de difusió i foment del sector, fins a projectes d'R+D+I, o de creació de capacitats compartides.

L'existència d'un clúster suposa que tots els agents econòmics interessats, institucions i empreses bàsicament, estan implicats en l'assoliment de l'objectiu comú, la creació de sinergies per a tot el territori.

Les principals característiques d'un clúster són (NOTA: l'enunciat només en demana tres):

1. - Concentració geogràfica de l'activitat econòmica.
2. - Especialització en un sector econòmic concret.
3. - Efecte "taca d'oli", atès que la seva activitat beneficia a tota la regió.
4. - Triple hèlix: sistema administració-universitat-empresa.
5. - Equilibri entre competència i col·laboració per part dels seus membres.

Tots aquests elements fan que els clústers siguin elements dinàmics de l'economia que generen oportunitats, ocupació i riquesa

31. ESTRATÈGIA MULTIDOMÈSTICA:

La prioritat de l'empresa que adopta aquesta estratègia és la sensibilitat a les diferències entre els mercats dels diferents països, per la qual cosa, aborda una activitat internacional país a país, amb una estructura totalment descentralitzada que dóna molta autonomia als directius de les filials locals (normalment, autòctons del país). Resumint, en aquest cas l'empresa dóna una resposta diferenciada a cada filial en funció de les necessitats locals. Cada filial actua de forma independent respecte a la seu central. Els treballadors solen ser autòctons de cada país.

La multinacional es converteix en un conjunt d'unitats disperses amb una escassa interrelació i amb poca eficiència global. Les filials exteriors disposen d'elevats nivells d'autonomia pel que fa al mercat local i els mecanismes de coordinació per part de la matriu es limiten al control financer de les filials.

32. ESTRATÈGIA GLOBAL:

Les filials actuen de forma depenent perquè es centralitzen els recursos globals per a tots els països on s'opera. Les empreses que adopten aquest tipus d'estratègia tracten d'evitar la duplicitat d'activitats i de funcions que té l'empresa multidomèstica.

Tots els productes, marques, administració... són iguals a tot arreu, ja que perceben el món com un únic mercat homogeni, sense diferències entre països. L'estructura d'aquestes empreses és molt centralitzada i generalment els administradors són del país d'origen de l'empresa matriu, la qual és qui té tota la capacitat de decisió. Així, el paper de les filials exteriors és totalment passiu, ja que es limiten a implantar les ordres de la matriu per al mercat geogràfic que cobreix

33. ESTRATÈGIA TRANSNACIONAL:

Es treballa amb una visió global de mercat, mitjançant una xarxa internacional de recursos i capacitats per a aconseguir els avantatges de l'eficiència global, però sense oblidar les diferents necessitats locals. Les filials de cada país fan aportacions en funció de les seves funcions i característiques, treballant de manera autònoma. Tot el que sorgeix a les filials, com a font d'idees i habilitats, s'utilitza en benefici del conjunt de la multinacional. El paper de la matriu és el de coordinació del conjunt de filials, les quals poden generar els avantatges competitius.

34. El poder negociador

S'entén per poder o força de negociació d'una empresa la capacitat d'aquesta d'imposar qualsevol condició de l'operació de compravenda realitzada (en les transaccions i negociacions amb proveïdors o clients), ja sigui fixant els preus, les qualitats dels productes, els terminis de lliurament o les formes de cobrament o pagament.

Un elevat grau de concentració (nombre reduït d'empreses grans en un sector) dóna

molt poder negociador a aquests reduït número de companyies. Si, en canvi, els que es troben concentrats són els clients (molt poques empreses compradores), aquests seran els que imposin les condicions. De la mateixa manera, un baix nombre de proveïdors de determinada matèria primera farà que disposin d'un elevat poder de negociació.

Com més important sigui la informació disponible sobre l'estructura de costos de l'empresa client o proveïdora, més poder de negociació es tindrà, ja que se sabrà per quina banda es pot forçar millor la baixada de preus.

35. Rènting:

Contracte mercantil bilateral pel qual una de les parts s'obliga a cedir a l'altra l'ús d'un bé per un temps determinat, a canvi d'una renda periòdica. Segons aquest contracte financer, l'empresa lloga a una entitat de rènting un bé durant un període de temps prefixat, amb la particularitat que el propi lloguer (quota de rènting) inclou el manteniment i les reparacions del bé durant el termini de l'operació, així com d'altres despeses relacionades amb la seva utilització, com ara assegurances o impostos. No és una operació amb la finalitat que al venciment del lloguer el bé passi a ser propietat de l'empresa, donat que en finalitzar el contracte de Rènting l'empresa haurà de retornar el bé, encara que el contracte pot prorrogar-se.

36. Les barreres d'entrada

Definició: Les barreres d'entrada són les dificultats que tenen les noves empreses que volen accedir a un sector, a causa de la disminució de les expectatives de beneficis dels possibles nous competidors.

Les barreres tracten de dificultar l'entrada de les noves empreses a la vegada que protegeixen les empreses ja existents (i protegint el seu nivell de beneficis).

En sectors atractius on les empreses ja existents presenten o esperen beneficis elevats, hi haurà empreses disposades a entrar-hi.

Per això, les empreses ja establertes voldran estar protegides dels competidors potencials amb majors barreres d'entrada al sector.

37. Algunes barreres d'entrada són:

1. Necessitats de capital inicial: Els costos de capital necessaris per establir-se per primera vegada en un sector poden ser elevats, de manera que constitueixi un obstacle gran per a les empreses que hi volen accedir. A més, si aquestes inversions inicials són costos que no es podran recuperar si el negoci falla, la barrera d'entrada encara serà més evident.

2. Política governamental: Algunes lleis protegeixen determinats sectors prohibint directament l'entrada de noves empreses en aquestes indústries. Altres legislacions poden incidir en determinades característiques dels productes que poques empreses poden assumir, la qual cosa constitueix un impediment a l'accés d'aquestes empreses al sector.

3. Economies d'escala: Com que les empreses ja existents des de fa temps en un sector acostumen a tenir una quota de mercat consolidada que els permet fabricar i vendre grans quantitats de producte a un cost més baix, són més eficients que les empreses noves que accedeixen per primera vegada al mercat. Aquest fet dificulta l'accés d'aquestes últimes i es constitueix com una barrera d'entrada de les noves empreses.

4. Accés als canals de distribució: Les empreses ja existents en un sector poden tenir copats els canals de distribució, la qual cosa resulta un nou obstacle per a les noves empreses que es volen fer un forat en el mercat.

38. El pla d'empresa

El pla d'empresa és un document formal que descriu, analitza i avalua d'una manera concisa i coherent l'oportunitat de negoci.

Proporciona informació concreta i contrastada, amb dades, sobre:

- l'equip emprenedor
- l'entorn, el sector i el mercat
- el producte o servei que oferirà
- les necessitats financeres
- la rendibilitat esperada
- els riscos
- altres aspectes

Els estudis indiquen que és important fer un pla d'empresa perquè:

- exigeix explicitar i fer comprensible la idea i allà cap a on cal anar
- perquè facilita una avaluació sistemàtica de la idea i en facilita la comunicació
- perquè permet a l'equip emprenedor tenir una visió objectiva i crítica del projecte
- perquè serveix d'ajuda per obtenir finançament i per a identificar incerteses
- i especialment perquè ajuda a decidir si cal seguir endavant amb la idea.

39. L'esperit emprenedor

L'esperit emprenedor és un conjunt de valors, actituds i aptituds, necessaris per portar a terme un projecte emprenedor en el sentit més ampli del terme; és una manera de pensar, raonar i actuar vinculada i suscitada per realitzar una activitat, que creï i generi valor, no solament econòmic, sinó social, tant per a qui la porta a terme, com també per a l'entorn.

Una persona emprenedora és una persona amb iniciativa, amb autoconfiança, creativa, innovadora, responsable, enèrgica, perseverant, amb capacitat de treball en equip, desig d'autonomia, certa tolerància al risc...

40. Característics més habituals en una persona emprenedora

Els trets característics més habituals en una persona emprenedora són, entre d'altres, els següents: lideratge, perseverança, responsabilitat, compromís, optimisme, creativitat, innovació, eficiència, habilitats comunicatives, independència, capacitat

d'observació, energia, dinamisme, flexibilitat, autoconfiança, tolerància al risc, iniciativa.

41. Característiques de les pimes

1. - Poca formació empresarial.
2. - Poca capacitat financera.
3. - Qualificació i formació tècnica del personal i obsolescència tecnològica.
4. - Organització flexible i facilitat de comunicació entre el personal de l'empresa perquè
5. el nombre de treballadors és reduït.
6. - Integració del personal perquè generalment participa de les responsabilitats.
7. - Desenvolupament en mercats intersticials. S'aprofiten els buits de mercat que deixen
8. les empreses grans.
9. - Creadores de feina per disposar de més treball que no pas capital.

42. Rendibilitat econòmica:

Rendibilitat econòmica: és el rendiment de l'actiu de l'empresa.

És a dir, el rendiment de les inversions totals de l'empresa.

El seu càlcul es fa amb el quocient entre el benefici abans d'interessos i impostos i l'actiu.

$$Re = \text{BAII} / \text{Actiu}$$

Rendibilitat financera:

Rendibilitat financera: és el benefici generat per l'empresa amb relació amb el capital aportat pels socis (per la qual cosa també s'anomena rendibilitat del capital).

El seu càlcul es fa amb el quocient entre el benefici net (amb els interessos i els impostos ja descomptats) i els recursos propis (capital i reserves) de l'empresa.

$$Rf = \text{Benefici Net} / \text{Patrimoni Net}$$

43. ratio liquiditat/ratio de solvència o garantia

La ràtio de liquiditat és el fons de maniobra en forma de quocient i analitza la solvència a curt termini, la capacitat de tornar els deutes a curt.

En canvi, la ràtio de solvència analitza la capacitat de tornar tots els deutes amb la liquidació de tot l'actiu. Mesura la solvència a llarg termini.

Les estratègies funcionals o operatives

Les estratègies funcionals o operatives són aquelles relacionades amb el dia a dia i que tenen una dimensió temporal a curt termini.

44. La diversificació: horitzontal i vertical

La diversificació suposa un canvi en la trajectòria de l'empresa perquè implica desenvolupar-se a partir d'uns productes i mercats nous, ampliant d'aquesta manera la seva

cartera de negoci. Aquesta és l'estratègia de creixement més arriscada, ja que exigeix nous coneixements i estructura empresarial.

L'estratègia de diversificació horitzontal consisteix a oferir nous productes, substitutius o complementaris que pertanyen a la mateixa línia d'activitat, en mercats semblants als habituals de l'empresa. La finalitat és controlar o arribar a dominar els competidors.

En canvi, l'estratègia de diversificació vertical consisteix que l'empresa es converteixi en el seu propi proveïdor o client, realitzant activitats que abans cobria amb operacions externes de mercat. Per exemple una petrolera que adquireix una refineria i benzineres.

45. El pla d'inversions i finançament

L'anàlisi del pla d'inversions i finançament ens ha de permetre determinar les necessitats d'inversió i la capacitat que tenim per disposar dels recursos necessaris per dur-les a terme. S'hauran d'especificar les fonts de finançament, així com la data d'obtenció i el cost de cadascuna.

Entre les principals fonts, destacarem les fonts pròpies (aportacions de capital dels socis) i les alienes (préstecs, crèdits, lísing...).

46. El període mitjà de maduració

El període mitjà de maduració és el temps que generalment triga una empresa a recuperar els diners que ha invertit en el procés productiu. Està format per cinc subperíodes:

1. Període mitjà d'aprovisionament: Nombre mig de dies en què les matèries primeres són al magatzem.
2. Període mitjà de fabricació: Nombre mig de dies en què es fabrica el producte.
3. Període mitjà de venda: Nombre mig de dies en què es tarda a vendre els productes.
4. Període mitjà de cobrament : Nombre mig de dies en què es tarda a cobrar als clients.
5. Període mitjà de pagament: Nombre mig de dies en què es tarda a pagar als proveïdors.

47. Fons de maniobra i període de maduració

El fons de maniobra és el conjunt de recursos que l'empresa necessita per finançar-se durant el període de maduració financer.

Per tant, són els diners que ha de tenir per cobrir el temps entre que paga les seves compres als proveïdors i cobra les vendes efectuades als seus clients.

Com més curt sigui el període de maduració, menor serà el fons de maniobra necessari.

48. El finançament intern

El finançament intern és generat per la mateixa empresa (autofinançament).

Aquest pot ser autofinançament per enriquiment (reserves, beneficis retinguts) o autofinançament per manteniment (fons estalviats de les quotes d'amortització).

49. Descobert en compte.

Descobert en compte.

És una font financera que consisteix en la utilització d'un compte corrent bancari per un import superior al saldo disponible.

50. Reserves

Reserves.

Les reserves són fons constituïts per beneficis generats per l'empresa i no distribuïts entre els socis.

Formen part del seu autofinançament intern.

Les reserves són beneficis que es queden a l'empresa i serveixen per fer noves inversions, fent possible el creixement de l'empresa.

És per això que les reserves també es denominen autofinançament d'enriquiment

51. pay-back o termini de recuperació.

pay-back o termini de recuperació.

És un criteri estàtic de selecció d'inversions que consisteix a seleccionar el projecte d'inversió que recuperi abans el desemborsament inicial. A diferència del VAN i TIR, el pay-back no considera la variable temps, i per tant, tracta com a homogènies quantitats monetàries que pertanyen a diferents moments del temps.

52. Els elements que cal estudiar per poder realitzar un diagnòstic de l'entorn al qual s'enfronta l'empresa són:

1. - La intensitat de la competència, com més empreses hi ha en un mercat, més gran és la competència i més difícil és obtenir beneficis.
2. - Competidors potencials, possibles empreses que volen entrar al mercat. Serà més o menys difícil en cas que hi hagi o no barreres d'entrada.
3. - Existència o no de productes substitutius, què són aquells que satisfan la mateixa necessitat.
4. - Poder negociador de clients i/o de proveïdors. És la capacitat d'aquests d'imposar condicions en les operacions de compravenda, ja sigui imposant preus, terminis de lliurament de producte o terminis de pagament o cobrament

53. La cadena de valor

La cadena de valor consisteix a identificar totes les activitats necessàries per fabricar i/o vendre un producte o un servei per part de l'empresa, analitzant el valor que cadascuna aporta al preu final.

S'utilitza per distingir aquelles activitats que són fonts d'avantatges competitius per poder decidir posteriorment l'estratègia més adequada.

54. Els continguts del pla d'empresa

Els continguts que podrien formar un pla d'empresa són:

1. - Breu presentació del projecte,
2. - Estudi de mercat,
3. - Pla de màrqueting,
4. - Pla operatiu,
5. - Pla econòmic i financer,
6. - Conclusions.

55. Elements d'una inversió

Desemborsament inicial: Quantitat que es paga en el moment de l'adquisició d'una inversió.

Durada temporal: Nombre de períodes –generalment anys– durant els quals s'aniran produint entrades i sortides de diners.

Fluxos nets de caixa: Diferència entre els cobraments i els pagaments previstos durant cadascun dels períodes de la inversió.

Valor residual: Valor de l'actiu al final de la vida de la inversió.

56. Definició de la TIR:

La TIR és un mètode de selecció d'inversió dinàmic.

És la taxa d'actualització o descompte que fa que el valor del VAN sigui 0.

Indica la rendibilitat efectiva d'un projecte d'inversió

Estratègia de diferenciació

L'estratègia de diferenciació consisteix a oferir un producte o servei que el consumidor percep com a únic i no assimilable al de la competència i per això està disposat a pagar-ne un preu superior.

57. Internacionalització.

La internacionalització és l'obertura d'una empresa cap a mercats internacionals i inclou les operacions que fa una organització per vincular-se a aquests mercats internacionals.

58. Auditoria financera

L'auditoria financera consisteix a revisar i verificar els comptes anuals i altres estats financers.

Té com a finalitat emetre un informe sobre la fiabilitat d'aquests documents.

És a dir, si els documents revisats expressen la imatge fidel del patrimoni, de la situació financera i dels resultats de l'empresa d'acord amb el marc normatiu d'informació financera que li és aplicable i de la realitat de l'empresa.

L'auditoria financera la duen a terme els auditors.

59. visió i missió

La visió consisteix en la imatge de futur de l'empresa, com serà a llarg termini i les metes que pretén aconseguir.

La missió d'una empresa és la seva raó de ser, la finalitat i el propòsit fonamental davant el públic al qual es dirigeix.

Permet contestar a les preguntes com ara:

Què fem?, a què ens dediquem?, quin és el nostre públic objectiu?, què ens diferencia de la competència?, entre d'altres.

60. L'anàlisi DAFO

L'anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats) pretén determinar, des d'un punt de vista intern, els punts forts i febles que caracteritzen una empresa. I, des d'un punt de vista extern, les amenaces i oportunitats que existeixen en l'entorn econòmic on l'empresa s'ha de desenvolupar. Aquesta anàlisi s'usa en el plantejament dels projectes empresarials per valorar si la idea de negoci que tenen els promotors té possibilitats d'èxit.