



SÈRIE 4

Exercici 1 [2,5 punts en total]

1.1 [0,8 punts]

Força competitiva Porter	Frase del text de l'enunciat que justifica la resposta
Poder de negociació dels proveïdors	"Només pot comprar a un únic proveïdor una determinada matèria primera, necessària per a la fabricació"
Amenaça de nous competidors	"L'empresa es troba en un mercat amb poques barreres d'entrada"
Grau de rivalitat dels competidors	"Actualment, en el sector hi ha moltes empreses competidores, alguna amb gran quota de mercat i renom"
Amenaça de productes substitutius	"existència d'empreses que venen bosses i motxilles similars que li poden fer perdre quota en el segment"

1.2. [0,2 punts]

La posició competitiva d'Escopack, SA no és massa bona, ja que el proveïdor té un gran poder de negociació al ser únic, no existeixen barreres d'entrada al mercat, hi ha moltíssima competència i, a més, s'espera l'entrada de productes substitutius a curt termini.



Funcionament de l'Empresa i Disseny de Models de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2025, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

1.3. [0,8 punts]

Afirmació	Vertadera o falsa?	En cas de ser falsa, versió corregida
a) Els secrets industrials són un títol que reconeix a una empresa el dret d'explotar en exclusiva una invenció i impedeix a altres empreses la fabricació, la venda o la utilització d'aquesta invenció sense el consentiment explícit del seu propietari.	Falsa	Les patents són títols que reconeixen a una empresa el dret d'explotar en exclusiva la invenció i impedeix a altres empreses la fabricació, la venda o la utilització de la invenció sense el consentiment explícit del propietari.
b) La matriu ERIC permet a l'empresa diferenciar-se de la competència i crear valor.	Vertadera	
c) La viabilitat comercial d'un projecte empresarial avalua si l'estructura financera de l'empresa és adequada per a les inversions previstes	Falsa	La viabilitat comercial tracta de verificar que el producte objecte del projecte tingui possibilitats reals de ser acceptat pel mercat.
d) La proposta de valor del model <i>canvas</i> identifica qui és el client, què fa, què busca...	Falsa	La proposta de valor identifica les necessitats que satisfarem dels nostres clients.
e) El model de negoci multiplataforma reuneix com a mínim dos grups de clients que s'aporten valor entre ells.	Vertadera	



Funcionament de l'Empresa i Disseny de Models de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2025, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

1.4. [0,7 punts]

- a) Segons la matriu d'Ansoff, l'estratègia de **Penetració de mercat (Especialització)** consisteix a intentar vendre més productes als mercats actuals captant consumidors de la competència i augmentant la freqüència de compra dels consumidors actuals.
- b) Un **Hòlding** és una forma d'organització d'empreses segons la qual una companyia matriu aconseguix les accions i les participacions d'altres empreses, de manera que n'obté el control total o parcial.
- c) Anomenem **Economia** la ciència que estudia l'administració dels recursos escassos.
- d) Terra, treball, capital, tecnologia i organització empresarial constitueixen els **Factors de producció**
- e) La **Innovació** és el conjunt d'activitats que transformen una idea o un invent en un producte o servei comercialitzable
- f) El **creixement extern** consisteix en l'ampliació de la capacitat i el volum d'operacions per mitjà de l'adquisició, la participació o el control d'altres empreses.
- g) El **Balanç social** quantifica les dades socials de l'empresa per a poder fer-ne un seguiment i un control, i així prevenir possibles anomalies.

Funcionament de l'Empresa i Disseny de Models de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2025, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

Exercici 2 [2,5 punts en total]

2.1. [1 punt]

BALANÇ DE SITUACIÓ empresa La Merla, SL a 31/12/24. Valors expressats en euros			
ACTIU (estructura econòmica o capital en funcionament)		PATRIMONI NET I PASSIU (estructura financera o capital financer)	
ACTIU NO CORRENT	346.921,51	PATRIMONI NET	344.516,70
Immobilitzat intangible	4.800,81	Capital social	44.000,70
Aplicacions informàtiques	4.800,81	Resultat de l'exercici	300.516,00
Immobilitzat material	342.120,70	PASSIU NO CORRENT	34.655,07
Terrenys	150.025,30	Deutes a llarg termini amb entitats crèdit	34.655,07
Construccions	150.025,30		
Mobiliari	24.040,06		
Equips per a processos d'informació	18.030,04		
ACTIU CORRENT	48.675,79	PASSIU CORRENT	16.425,53
Existències	2.405,00	Proveïdors	1.405,00
Matèries primeres	1.405,00	Proveïdors d'immobilitzat a curt termini	15.020,53
Productes acabats	1.000,00		
Deutors comercials i altres comptes a cobrar	33.050,57		
Clients	18.030,04		
Deutors	15.020,53		
Efectiu i altres actius líquids	13.220,22		
Bancs i institucions de crèdit	12.020,02		
Caixa	1.200,20		
Total Actiu	395.597,30	Total Patrimoni Net i Passiu	395.597,30

Funcionament de l'Empresa i Disseny de Models de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2025, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

2.2. [1 punt]

Ingressos d'explotació	26.460
Import net de la xifra de negoci.....	26.460
2. Despeses d'explotació	- 18.138
Aprovisionaments o consum.....	11.250
Despeses de personal.....	3.800
(Sous i salaris + SS càrrec empresa = 3.300 + 500 = 3.800)	
Altres despeses d'explotació.....	3.088
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (BAII)	8.322
Ingressos financers	750
Despeses financeres	- 975
(Interessos de préstecs = 975)	
RESULTAT FINANCER	- 225
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI) = + 8.322 – 225 = + 8.097	
Impost sobre beneficis = 1.862,31	
RESULTAT DE L'EXERCICI (BN) = 8.097 – 1.862,31 = 6.234,69	

2.3. [0,5 punts]

Opció A:

Nom de la ràtio	Càlcul de la ràtio (detallant les partides)	Valor orientatiu o òptim, comparació amb el valor obtingut i conclusió
Estructura del deute	Deutes = Passiu no corrent + Passiu corrent = 34.655,07 + 16.425,53 = 51.080,60 € Estructura del deute = Passiu Corrent/Deutes = 16.425,53/51.080,60 = 0,32	Com més petit sigui el seu valor millor per l'empresa. La qualitat del deute s'analitza amb la ràtio d'estructura del deute, que és la relació entre el deute a curt amb el total del deute. El valor de referència d'aquesta ràtio hauria d'estar molt a prop de zero. El valor orientatiu d'aquesta ràtio hauria d'estar molt proper a zero. O, inferior a 0,5. En aquest cas com que no supera el valor podem dir que el deute és de bona qualitat

L'empresa Ocellaire, S.L. té una ràtio de valor de 0,75, cosa que indica que el 75% dels seus deutes són a curt termini; això implica que té una qualitat d'endeutament inferior a la de La Merla, S.L., que només té un 32% dels seus deutes a curt termini. Des d'aquest punt de vista, l'empresa La Merla, S.L. té una estructura financera millor. Un excés de deute a curt termini pot suposar tenir problemes de tresoreria si els ingressos no són suficients per cobrir les obligacions a curt termini.



Opció B:

Càlcul del FM

Fons de Maniobra = Actiu corrent – Passiu corrent

$$FM = 48.675,79 \text{ €} - 16.425,53 \text{ €} = 32.250,26 \text{ €}$$

Fons de maniobra positiu (32.250,26 €): quan l'import de l'actiu corrent és superior al passiu corrent implica que l'empresa té bona salut econòmica i no tindrà problemes de solvència.

També es pot calcular com:

Fons de maniobra = Recursos permanents (Patrimoni net + Passiu no corrent) – Actiu no corrent.

$$FM = 379.171,77 - 346.921,51 = 32.250,26 \text{ €}$$

Què és el fons de maniobra?

El fons de maniobra és la part de l'actiu corrent que es finança amb recursos permanents donat les seves característiques, per no tenir problemes de liquiditat. Aquelles partides de l'actiu corrent que per les seves característiques tenen caràcter de permanència en l'empresa com l'estoc de seguretat o el mínim d'efectiu a mantenir, no es poden finançar amb recursos a curt termini, sinó que s'han de finançar amb recursos permanents (FP + Passiu no corrent).

El fons de maniobra és una mesura financera que indica si una empresa té els recursos suficients per continuar duent a terme la seva activitat empresarial a curt termini. Conèixer l'estat del fons de maniobra és fonamental per saber si la nostra empresa té liquiditat i pot fer front als pagaments més propers per seguir amb la seva activitat empresarial, o si per contra tindrà problemes de liquiditat i cal buscar solucions.



Exercici 3 [2,5 punts en total]

3.1. [0,6 punts]

Costos Fixos mensuals = $(30.000/12) + 3.000 + 5.000 + 1.500 = 12.000\text{€}$

Cost Variable unitari = 120 € / vestit

$Q^* = CF / (p - C_v \text{ unitari}) = 12.000 / (360 - 120) = 12.000/240 = 50 \text{ vestits}$

La botiga haurà de vendre 50 vestits al mes, per a no perdre diners.

3.2 [0,6 punts]

Si incrementen els CF un 12% serien: $12.000 \times 1,12 = 13.440\text{€}$

$Q^* = CF / (p - C_v \text{ unitari}) = 13.440 / (360 - 120) = 12.000/240 = 56 \text{ vestits}$

La botiga hauria de vendre 56 vestits al mes, per a no perdre diners. El nombre de vestits augmentaria pel fet d'augmentar els costos fixos, sent el numerador de la fórmula, quan el denominador, preu i cost variable unitari es mantindrien.

3.3 [0,3 punts]

Si el preu és de 400€ i el marge de contribució 270€, llavors el Cost Variable unitari és igual a 130€.

Benefici = $(90 \text{ unitats} \times 400\text{€/unitat}) - 15.000\text{€} - (90 \text{ unitats} \times 130\text{€/unitat})$

$= 36.000 - 15.000 - 11.700 = 36.000 - 26.700 = 9.300\text{€}$

També es pot calcular:

Benefici = $90 \text{ unitats} \times 270\text{€/unitat (marge de contribució)} - 15.000\text{€} = 9.300\text{€}$



3.4 [0,6 punts]

La Maria està utilitzant les variables de “Persona a Persona” i de “Participació”.

- Persona a persona: Consisteix en el fet que siguin els clients qui es relacionen amb altres clients a través de recomanacions en línia o interaccions en xarxes socials, formant part del boca orella digital. Quan la recomanació d'un producte o servei ve de part d'una persona que coneixem ens dona seguretat i el fet que es produeixi en temps real genera un impacte instantani. Es tracta d'una comunicació directa entre persones, generalment a través de canals digitals com missatgeria instantània, comentaris a xarxes o respostes personalitzades.
- Participació: Consisteix a involucrar als clients a col·laborar amb l'empresa d'alguna determinada manera, com en la comunicació i el desenvolupament del servei. S'acostuma a dur a terme a través de la creació de comunitats, ja siguin *online* o *offline*. Suposa la creació d'una comunitat on els usuaris poden expressar opinions, explicar experiències i proposar millores és un clar exemple de participació activa. Això reforça la lleialtat i fa que els consumidors se sentin escoltats i valorats.

3.5 [0,4 punts]

Les fonts que ha utilitzat són:

- Proveïdors: Externa i a curt termini.
- Capital: Externa i a llarg termini.
- Préstec a llarg termini. Externa i a llarg termini.
- Pòlissa de crèdit: Externa i a curt termini.



Exercici 4 [2,5 punts en total]

4.1. C

4.2. A

4.3. A

4.4. D

4.5. B

Nota: en relació a la pregunta 4.2, resposta correcta (a):

Un canvi polític, com per exemple canviar la tendència ideològica del Govern, afecta:

afecta l'entorn general i específic de l'empresa

Un canvi polític pot influir en l'entorn general (macroeconòmic), mitjançant canvis legislatius, impostos, política exterior, estabilitat institucional, etc., però també en l'entorn específic si, per exemple, el nou govern afavoreix o desincentiva determinats sectors d'activitat.

Si ens centrem en el model PESTEL, el canvi polític és un factor clau extern, que pot influir tant de forma transversal com sectorial.