Economia de l'empresa

Direcció estratègica i creixement empresarial

Exercicis · 107 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).

Exercici 4

L'empresa de consultoria INFOSERV, SL ha de dur a terme l'anàlisi de la situació competitiva d'una empresa a través del model de les cinc forces competitives de Michael E. Porter.

4.1. Classifiqueu segons el model de les cinc forces competitives cadascuna de les nou notes que han elaborat els analistes d'estratègia d'INFOSERV, SL, escrivint-les dins de la casella corresponent de la taula que trobareu a la pàgina següent. No cal copiar tota la frase de la nota; podeu escriure'n només el número. Tingueu en compte que a cada nota només li podeu assignar una força competitiva.
[0,9 punts]

Nota 1: Els proveïdors imposen condicions de preu, de data de lliurament dels productes i de termini de pagament.

Nota 2: Les condicions del mercat faran que augmenti l'entrada d'empreses i, per tant, de nous competidors que oferiran el mateix producte.

Nota 3: Donat que al mercat tots els competidors són de poca dimensió, hi ha un alt grau de rivalitat.

Nota 4: En un termini de sis mesos poden aparèixer al mercat productes nous que facin la competència als actuals.

Nota 5: Hi ha dos grups d'empreses: unes amb uns costos fixos alts i unes altres amb uns costos fixos baixos. Això comporta molta rivalitat entre elles.

Nota 6: Els clients no tenen cap força per a imposar condicions sobre les característiques del producte ni sobre el seu preu.

Nota 7: La falta de barreres d'entrada provocarà l'aparició de noves empreses en aquest mercat.

Nota 8: S'han detectat una sèrie de productes nous molt similars als existents que entraran al mercat amb un preu baix.

Nota 9: Que hi hagi un excés d'oferta en relació amb la demanda significa que hi ha una gran quantitat de venedors en la mateixa indústria i, per això, el client pot escollir entre les diferents opcions. Així, el client escollirà l'empresa que li proporciona un millor producte, un millor servei i un millor preu, i d'aquí la seva fortalesa.

Força competitiva	*Notes elaborades pels analistes (escriviu només el número de la nota)*
Poder de negociació dels clients	
Poder de negociació dels proveïdors	
Amenaces de productes substitutius	
Amenaces de nous competidors (entrada de noves empreses)	
Grau de rivalitat entre els competidors	

4.2. Expliqueu, seguint el model de les cinc forces competitives, els conceptes *barrera d'entrada* i *barrera de sortida*, i poseu un parell d'exemples de cadascun.
[0,6 punts]

4.3. Després d'analitzar la situació de l'empresa, la consultoria INFOSERV, SL ha proposat deu decisions estratègiques. Classifiqueu-les en la taula que trobareu a continuació anotant cadascuna a la casella corresponent (estratègia corporativa, estratègia de negoci o estratègia operativa). No cal que copieu tota la frase; poseu-ne només els números. Tingueu en compte que cada decisió pot anar només en una casella.
[1 punt]

Decisió 1: Cal determinar quina dimensió o grandària ha d'arribar a tenir en un futur l'empresa per a poder potenciar la seva projecció internacional.

Decisió 2: Un departament en concret de l'empresa ha de decidir com gestionar d'una manera eficient els seus recursos en el seu dia a dia.

Decisió 3: Cal establir estratègicament en quin sector o en quins sectors es vol produir. Aquesta decisió està relacionada amb l'objectiu o abast global de l'empresa i l'haurà de prendre l'alta direcció de l'empresa.

Decisió 4: Cal optar per una estratègia de preus baixos, ja que l'empresa vol tenir un avantatge competitiu envers els seus competidors.

Decisió 5: El departament o àrea de producció ha de contribuir a l'estalvi en els costos de producció, de manera que es pugui sostenir la política de reducció de preus de l'empresa, per exemple, reorganitzant els processos productius.

Decisió 6: El consell d'administració de l'empresa ha d'establir quins tipus de productes vol vendre i en quins mercats d'arreu del món.

Decisió 7: El departament o àrea de màrqueting ha de dissenyar una campanya de promoció per a informar els clients sobre la reducció de preus dels productes.

Decisió 8: Cal planificar el creixement a llarg termini de l'empresa, amb la intenció de satisfer les expectatives dels propietaris o dels gestors i afegir valor a les diferents àrees de l'empresa.

Decisió 9: Cal decantar-se per una estratègia de diferenciació de producte o per una de preus baixos.

Decisió 10: El departament o àrea de Recursos Humans ha de contractar un especialista per a millorar el procés productiu.

Estratègia corporativa (escriviu el número de la decisió)	*Estratègia de negoci (escriviu el número de la decisió)*	*Estratègia operativa (escriviu el número de la decisió)*

Exercici 4

4.1. Completeu les frases següents:
[0,5 punts]

a) Per a analitzar millor les possibles estratègies de creixement intern d'una empresa es pot usar la matriu d'Ansoff. Amb l'estratègia de _____ s'intenta vendre més productes als mercats actuals captant consumidors de la competència i augmentant la freqüència de compra dels consumidors actuals. Això s'aconsegueix amb polítiques de màrqueting, promocions, preus assequibles, etc.

b) La _____ és una eina analítica que consisteix a descompondre i analitzar totes les activitats que es duen a terme en una empresa per a fabricar i vendre un producte o servei. Les activitats primàries són l'essència de la contribució a la creació de valor de l'empresa, ja que són el desenvolupament de l'activitat en si mateixa.

c) Un _____ és una forma d'organització d'empreses segons la qual una companyia matriu aconsegueix les accions i les participacions d'altres empreses, de manera que n'obté el control i sols tenen un ordre directiu.

d) La _____ es compon d'un procés format per tres etapes: l'anàlisi estratègica, l'elecció estratègica i la implantació de l'estratègia.

e) La _____ és la raó de ser d'una empresa, i inclou el conjunt d'objectius que vol assolir en el present i quins factors són necessaris per a assolir l'èxit.

4.2. Indiqueu si les afirmacions següents són vertaderes o falses. **En els casos que considereu que són falses, argumenteu per què a sota la taula**.
[1,3 punts]

	Vertadera	*Falsa*
a) L'avantatge competitiu és un tipus d'anàlisi estratègica que permet detectar la competència existent entre les empreses respecte a un producte o un sector específic.	☐	☐
b) La implantació de l'estratègia consisteix a definir i planificar de quina manera s'ha d'aplicar l'estratègia de l'empresa pel que fa als recursos i a l'organització del procés, definint un pla temporal de les accions estratègiques que cal desenvolupar.	☐	☐
c) Dins de la cadena de valor s'ha d'analitzar la logística interna que es refereix al moment en què el producte o servei arriba a les mans del client o consumidor final.	☐	☐
d) Les pimes es caracteritzen pel fet de disposar d'una organització rígida i una capacitat financera elevada.	☐	☐
e) A l'hora d'escollir la localització d'una empresa, el subministrament no es té en compte perquè generalment aquests costos sempre són molt baixos o zero.	☐	☐

4.3. El model de les cinc forces competitives de Michael E. Porter estableix que la situació competitiva d'una empresa o d'una línia de negoci depèn de cinc variables que es poden identificar en el seu entorn competitiu. Identifiqueu aquestes cinc variables (o forces competitives) i expliqueu-ne només una.
[0,7 punts]

Exercici 4

4.1. La direcció estratègica és el procés de gestió dins l'empresa d'una estratègia o d'un conjunt d'estratègies i té com a finalitat principal aconseguir l'èxit de l'empresa. Les tres etapes de la direcció estratègica són:

— *Etapa 1*: anàlisi estratègica.
— *Etapa 2*: elecció estratègica.
— *Etapa 3*: implantació estratègica.

Descriviu en què consisteix l'etapa 3 (la implantació estratègica). A continuació, empleneu la taula següent escrivint a quina etapa fa referència cada exemple (podeu fer servir els mateixos números que s'han utilitzat a l'enunciat).

[0,85 punts]

Exemple	*Etapa (1, 2 o 3)*
Avaluació de l'entorn econòmic, social, polític o tecnològic	
Capacitat estratègica (recursos de què disposa l'empresa i el conjunt de capacitats i competències que es poden desenvolupar en l'àmbit de l'organització)	
Eines i control estratègics	
Avaluació de les alternatives estratègiques	
Expectatives dels promotors o emprenedors del negoci (definició dels objectius i les metes a què cal arribar)	

4.2. Expliqueu els dos tipus de creixement empresarial següents: la participació en societats i la *joint-venture*.

A continuació, empleneu la taula següent indicant, per a cadascun dels cinc tipus de creixement que s'hi esmenten, si es tracta d'un creixement intern o extern.

[1,15 punts]

Tipus de creixement	*Creixement intern o extern*
Fusió pura	
Penetració del mercat	
Hòlding	
Diversificació	
Clúster	

4.3. Completeu les frases següents, relacionades amb la direcció estratègica i el creixement empresarial.
[0,5 punts]

a) L'_____ és el conjunt de característiques internes que l'empresa ha de desenvolupar per a obtenir i reforçar una posició superior respecte de les altres empreses.

b) El _____ és la capacitat que tenen els proveïdors d'imposar o determinar les característiques de les operacions de compravenda, com el preu dels productes, la qualitat, els terminis de lliurament i la manera o els terminis de pagament.

c) La _____ de l'empresa és la capacitat de producció, que està determinada per una sèrie de factors, com la tecnologia, el nombre de treballadors o el mercat.

d) La _____ és el trasllat d'activitats productives des de països industrialitzats fins a països en via de desenvolupament caracteritzats per uns nivells sensiblement inferiors en la renda *per capita* i, per tant, en el salari mitjà de la població.

e) L'estratègia d'internacionalització _____ tracta d'obtenir un avantatge competitiu amb una centralització de recursos globals per a tots els països on opera i duent a terme tota l'administració des del país d'origen.

4. PAU 2022 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. La direcció estratègica es compon d'un procés format per tres etapes que se succeeixen de manera consecutiva: l'anàlisi estratègica, l'elecció estratègica i la implantació de l'estratègia. Expliqueu tres elements que s'han d'estudiar per a fer l'anàlisi estratègica.
[0,9 punts]

4.2. Marqueu amb una creu si les afirmacions següents són vertaderes o falses. **En els casos en què considereu que són falses, expliqueu per què**.
[0,7 punts]

	Vertadera	*Falsa*
a) L'estratègia de penetració del mercat és una estratègia de diversificació.	☐	☐
b) L'estratègia multidomèstica consisteix en el fet que l'empresa descentralitza la seva organització i les decisions productives i de comerç en cada país en el qual opera. Així, dona una resposta personalitzada o més diferenciada per a cada filial d'aquesta empresa internacionalitzada, segons les característiques, els recursos i les necessitats locals del país on opera.	☐	☐
c) La deslocalització és el trasllat d'activitats productives des de països industrialitzats fins a països en desenvolupament caracteritzats per tenir nivells sensiblement inferiors en la renda *per capita* i, per tant, en el salari mitjà de la població.	☐	☐
d) La visió d'una empresa és la seva raó de ser i inclou els objectius que vol aconseguir en el present i els factors que són essencials per a assolir l'èxit.	☐	☐
e) Entre les característiques de les pimes hi ha la capacitat de desenvolupament en mercats intersticials, és a dir, d'aprofitar els buits que deixen les grans empreses en els mercats.	☐	☐

4.3. Definiu *creixement intern*, expliqueu en què consisteix l'*estratègia de diversificació* i, pel que fa al creixement extern, expliqueu què és un *hòlding*.
[0,9 punts]

Exercici 4

4.1. Completeu les frases següents amb el mot o mots que corresponguin.
[1,2 punts]

a) Dins de l'anàlisi de l'entorn competitiu (model de les cinc forces competitives), les _____ representen la possibilitat que noves empreses entrin al mercat amb capacitat d'apoderar-se d'una part d'aquest mercat. Per a aquesta força competitiva, és important, a l'hora d'entrar a un sector, saber si hi ha barreres d'entrada i sortida.

b) La _____ es dona quan una empresa compra una part del capital social d'una altra empresa amb la intenció de dominar-la, ja sigui d'una manera total o parcial, i cap de les empreses perd personalitat jurídica.

c) El _____ és una companyia que controla les activitats d'unes altres mitjançant l'adquisició de totes o d'una part significativa de les seves accions. El terme s'usa igualment per a designar el conglomerat format d'aquesta manera. Només té un ordre directiu.

d) El _____ consisteix en l'ampliació de la capacitat i del volum d'operacions per mitjà de l'adquisició, la participació o el control d'altres empreses.

e) L'anàlisi de l'entorn econòmic, de la capacitat estratègica de l'empresa i dels objectius de l'empresari forma part de l'_____. És la primera fase del procés de direcció estratègica i es duu a terme abans de definir una estratègia i de començar a traçar-ne la direcció.

f) Una empresa empra una estratègia d'internacionalització de tipus _____ quan descentralitza la seva organització a cada país on opera, és a dir, quan l'empresa dona una resposta diferent depenent del país on està ubicada cada filial, segons les seves necessitats locals.

4.2. Relacioneu cada concepte de la columna de l'esquerra de la taula amb una explicació de la columna de la dreta. Per fer-ho, escriviu la lletra corresponent (*a*, *b*, *c*, *d*, *e*, *f*, *g*, *h*) en les caselles de la columna de la dreta. Tingueu en compte que no podeu repetir cap lletra i no argumenteu les respostes.
[0,8 punts]

Concepte	*Explicació*
a) Estratègia corporativa	☐ Suposa l'extensió de les relacions econòmiques fins a arribar a assolir un mercat global interdependent.
b) Estratègia de lideratge en costos	☐ Implica l'obertura de l'empresa als mercats internacionals.
c) Grau de rivalitat dels competidors	☐ Té relació amb l'objectiu global de l'empresa d'afegir valor a les diferents àrees de l'empresa. És un marc de referència per a la presa de decisions, és global (implica tots els àmbits de l'empresa) i té una dimensió temporal a llarg termini.
d) Fusió pura	☐ Persegueix l'estandardització de les polítiques comercials en mercats exteriors buscant economies d'escala.
e) Estratègia de diversificació vertical	☐ Consisteix en la unió de dues o més societats per a crear-ne una de nova.
f) Globalització	☐ És una part de l'anàlisi de l'entorn competitiu i forma part del model de les cinc forces competitives.
g) Internacionalització	☐ Permet convertir-se en el propi proveïdor o client.
h) Estratègia global	☐ Pot aprofitar les economies d'escala per a assolir l'èxit empresarial. Aquesta estratègia consisteix a guanyar clients mitjançant uns preus de venda més baixos. Per a tenir èxit, l'empresa ha de ser capaç d'operar amb un cost de producció menor que els seus rivals.

4.3. Expliqueu els conceptes *deslocalització* i *clúster*.
[0,5 punts]

6. PAU 2022 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Pel que fa a l'anàlisi de l'entorn competitiu, el model de les forces competitives proposa un marc de reflexió estratègica sistemàtica per a determinar la rendibilitat d'un sector específic. Digueu quines són les cinc forces competitives (també conegudes com a *cinc forces competitives de Michael E. Porter*) que s'utilitzen per a dur a terme l'anàlisi externa o de l'entorn competitiu i expliqueu-ne només una.
[1 punt]

4.2. Definiu els termes següents:
[1,5 punts: 0,3 punts per cada definició]

a) *Estratègia de diferenciació de producte.*

b) *Estratègia multidomèstica.*

c) *Activitats primàries (cadena de valor).*

***d*)** *Implantació de l'estratègia.*

***e*)** *Estratègia global.*

7. PAU 2021 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Expliqueu la diferència que hi ha entre una estratègia d'internacionalització multidomèstica i una de global. Poseu un exemple de cadascuna.
[1 punt]

4.2. Expliqueu què és el creixement intern d'una empresa i descriviu dues formes o estratègies de creixement intern.
[0,5 punts]

4.3. Expliqueu quatre estratègies diferents de creixement extern d'una empresa.
[1 punt]

8. PAU 2021 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Descriviu breument el model de les cinc forces competitives de Michael E. Porter, que permet estudiar l'entorn competitiu d'un sector específic.
[1,3 punts]

4.2. Expliqueu quins són els tres tipus d'estratègies competitives que poden generar avantatges competitius per a les empreses.
[1,2 punts]

Exercici 4

4.1. Completeu les frases següents amb el mot o mots que corresponguin.
[1,5 punts]

a) Analitzar el/la _____ d'una empresa permet estudiar l'aportació de cadascuna de les activitats de l'empresa i identificar les fonts d'avantatge competitiu.

b) El fet que una empresa presenti uns costos inferiors als dels seus competidors en un producte determinat significa que aquesta empresa ha aplicat una estratègia de/d' _____.

c) El trasllat d'activitats productives des de països industrialitzats cap a països amb costos més baixos (normalment salarials) s'anomena _____.

d) Les decisions estratègiques que prenen els directius que ocupen els nivells jeràrquics més elevats de l'organització formen part de l'estratègia _____.

e) Les decisions amb implicacions a _____ tenen a veure amb la resolució de problemes del dia a dia de l'empresa, i normalment es prenen en els nivells jeràrquics més baixos de l'empresa.

4.2. Definiu els termes següents:
[1 punt: 0,25 punts per cada definició]

a) *Creixement intern.*

b) *Internacionalització.*

c) *Grau de rivalitat dels competidors.*

d) *Avantatge competitiu.*

10. PAU 2020 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Les petites i mitjanes empreses (pimes) tenen avantatges i inconvenients. Empleneu la taula següent amb dues característiques de cada tipus (sense explicar-les).
[0,8 punts]

Avantatges de les pimes	*Inconvenients de les pimes*
1.	1.
2.	2.

4.2. Sempre s'ha comentat que un dels sistemes que tenen les pimes per a sobreviure en un entorn fortament competitiu és créixer. Expliqueu quines formes de creixement empresarial existeixen i esmenteu dos avantatges de cadascuna.
[0,8 punts]

4.3. Si una pime es vol obrir als mercats internacionals pot optar per tres estratègies d'internacionalització. Esmenteu aquestes tres estratègies i expliqueu-ne només una.
[0,9 punts]

11. PAU 2020 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Es poden definir diferents nivells d'estratègia empresarial en relació amb els objectius que es volen assolir i els recursos que es volen utilitzar. Expliqueu els tres nivells d'estratègia o tipus d'estratègies genèriques.
[0,9 punts]

4.2. Expliqueu en què consisteix la cadena de valor de Michael E. Porter i amb quina finalitat s'utilitza. Exposeu també com es classifiquen les activitats d'una empresa segons la cadena de valor.
[1 punt]

4.3. Completeu les frases següents amb el mot o mots que corresponguin:
[0,6 punts]

a) Quan s'intenten vendre més productes als mercats actuals captant els consumidors de la competència i augmentant la freqüència de compra dels consumidors actuals es posa en pràctica una estratègia de _____.

b) En l'àmbit empresarial, les _____ fan referència a les dificultats que es troba una empresa a l'hora d'accedir a un mercat, un producte o una marca de creació recent. Aquestes poden ser de diferents classes, com ara de caràcter legal, econòmic o ètic.

c) La força que tenen els clients per a imposar les seves condicions en les variables fonamentals de l'operació de compravenda, com ara el preu final, la qualitat, els terminis de lliurament, etc., es coneix com a _____.

d) El moviment que fan algunes empreses consistent a traslladar els centres de treball que tenen als països desenvolupats cap a països amb menys costos per a l'empresa (generalment països en via de desenvolupament) s'anomena _____.

12. PAU 2019 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

Expliqueu la diferència que hi ha entre els conceptes següents:
[2 punts: 0,4 punts per cada explicació]

a) *Visió / missió.*

b) *Estratègia corporativa / estratègia operativa.*

c) *Barreres d'entrada / barreres de sortida.*

d) *Internacionalització / deslocalització.*

e) *Estratègia global / estratègia multidomèstica.*

13. PAU 2019 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Es poden definir diferents nivells d'estratègia en relació amb els objectius que es volen assolir i els recursos que es volen utilitzar. Esmenteu els tres nivells d'estratègia (o tipus d'estratègies genèriques), expliqueu-los i poseu un exemple de cada un.
[0,9 punts]

4.2. Expliqueu en què consisteix la deslocalització d'una empresa i argumenteu quina relació té amb la subcontractació d'empreses (també anomenada *outsourcing*).
[0,5 punts]

4.3. Expliqueu què és el procés d'internacionalització d'una empresa i, a continuació, digueu en què consisteix l'estratègia d'internacionalització multidomèstica.
[0,6 punts]

14. PAU 2019 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Enumereu els cinc elements de l'entorn (forces competitives del mercat) que determinen l'estratègia empresarial i que són coneguts com les *cinc forces competitives de Michael E. Porter*.
[0,5 punts]

4.2. Una farmàcia és habitualment una pime. Esmenteu tres avantatges de les pimes respecte a les grans empreses a l'hora de competir en un mercat globalitzat i justifiqueu la resposta.
[0,75 punts]

4.3. El propietari d'una coneguda empresa del sector de l'alimentació considera que cal implementar noves estratègies per tal d'adaptar-se a les noves exigències de l'entorn.

En aquesta línia, des de diferents nivells directius de la companyia, s'estan valorant tres accions. Identifiqueu a quina estratègia correspon cadascuna:

— Absorbir una empresa farinera mitjançant una ampliació de capital. S'espera que amb aquesta acció es reduirien els costos de fabricació: _____.

— Vendre productes a grans empreses distribuïdores per accedir al mercat de marques blanques, que fins ara no havien considerat. Aquesta acció només s'aplicaria al negoci de fabricació de galetes i no afectaria la resta d'unitats de negoci de l'empresa: _____.

— Implementar un sistema de qualitat nou per a tota l'empresa, impulsat des del departament de producció: _____.

[0,75 punts]

15. PAU 2018 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 4

Exercici 4

[2 punts: 0,4 punts per cada parella de definicions]

Definiu les parelles de termes següents:

a) *Missió* / *Visió*.

b) *Estratègia corporativa* / *Estratègia funcional*.

c) *Poder de negociació dels proveïdors* / *Poder de negociació dels clients*.

d) *Estratègia de lideratge en costos* / *Estratègia de diferenciació*.

e) *Estratègia multidomèstica* / *Estratègia transnacional*.

16. PAU 2018 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Indiqueu si les afirmacions següents són vertaderes o falses. Si són falses, expliqueu per què. [1 punt]

a) Les pimes aconsegueixen reduir costos de fabricació i tenen més facilitats per a exportar els productes que elaboren.

b) Les empreses que volen donar als seus productes unes característiques específiques que els facin únics perquè això els suposi un avantatge competitiu usen una estratègia de lideratge de costos.

c) Com més informació es tingui sobre l'estructura de costos de l'empresa client o proveïdora, més poder de negociació es tindrà, ja que se sabrà més bé com es pot forçar una baixada de preus.

d) L'avantatge competitiu és el conjunt de característiques externes a l'empresa que fa que aquesta tingui una posició d'avantatge davant dels seus competidors.

e) Les economies d'escala representen un al·licient important per a les empreses noves que volen accedir per primera vegada a un mercat madur.

4.2. Cafè Exprés és una gran empresa que produeix i distribueix càpsules de cafè en monodosis elaborades amb alumini. Té acords de col·laboració amb altres empreses per a fabricar les cafeteres i disposa d'un 6 % del capital social d'una d'aquestes empreses. Tot i això, de la producció de càpsules se n'ocupa exclusivament Cafè Exprés. La matèria primera bàsica que utilitza prové de diversos països de l'Amèrica Central. L'empresa ha incrementat la capacitat productiva i, en l'actualitat, té tres fàbriques situades a Europa i a Amèrica. D'altra banda, ha aconseguit crear una xarxa de més de quaranta botigues pròpies distribuïdes per Europa i Amèrica, vuit de les quals són a Catalunya. Cafè Exprés adapta els gustos del cafè a la tipologia de clients de cada país. Amb això pretén crear una imatge de marca i exclusivitat i acostar-se al públic objectiu. En aquest sentit, les filials exteriors disposen d'un nivell d'autonomia elevat per a adaptar-se al mercat local, més enllà del qual no transcendeix la seva activitat.

a) Es tracta d'una empresa internacionalitzada? Per què?
[0,25 punts]

b) Expliqueu els diferents tipus de creixement empresarial que hi ha. Digueu a quin o quins d'aquests tipus s'ajusta l'empresa Cafè Exprés.
[0,5 punts]

c) L'estratègia que aplica Cafè Exprés és una estratègia global, multidomèstica o transnacional? Justifiqueu la resposta.
[0,25 punts]

17. PAU 2018 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Definiu els termes següents:
[1 punt: 0,2 punts per cada definició]

a) *Avantatge competitiu.*

***b*)** *Hòlding.*

***c*)** *Estratègia funcional.*

***d*)** *Estratègia transnacional.*

***e*)** *Barrera d'entrada.*

4.2. Completeu les frases següents amb el mot (o mots) que considereu més convenient: [1 punt]

***a*)** Els/Les _____ són els/les que prenen les decisions relacionades amb l'objectiu o abast global de l'empresa, la dimensió temporal de les quals és a llarg termini.

***b*)** Fer que un producte sigui percebut significativament com a diferent del dels competidors és aplicar una estratègia _____.

***c*)** El/La _____ de l'empresa és la seva raó de ser, la finalitat i el propòsit fonamental davant el públic al qual es dirigeix.

***d*)** L'increment de la capacitat productiva o bé l'augment de la varietat de productes que comercialitza l'empresa es coneix com a _____.

***e*)** La decisió sobre el/la _____ de l'empresa es refereix a escollir el millor lloc per a ubicar-la físicament.

***f*)** La unió entre diverses societats per a crear-ne una de nova (la qual assumeix els drets i les obligacions de les que es dissolen, sense liquidar-se), formant un patrimoni únic, s'anomena _____.

***g*)** El/La _____ és un instrument molt utilitzat per a realitzar el diagnòstic intern de l'empresa, i consisteix a descompondre i analitzar cadascuna de les activitats que es duen a terme a l'empresa per a fabricar i vendre un producte o un servei determinats.

***h*)** Quan una empresa presenta uns costos inferiors als dels seus competidors en un determinat producte o servei d'una qualitat semblant, aplica una estratègia _____.

***i*)** L'anàlisi _____ té per objectiu identificar els elements que poden constituir per a l'empresa una amenaça que caldrà afrontar o bé una oportunitat que caldrà aprofitar.

***j*)** S'entén per _____ d'una empresa la capacitat d'imposar qualsevol condició en l'operació de compravenda, ja sigui fixant els preus, la qualitat dels productes, els terminis de lliurament o les formes de cobrament o pagament.

Exercici 4

4.1. Completeu les frases següents amb el mot (o mots) que considereu més convenient:
[1 punt]

a) Els elements que configuren l'anàlisi externa de l'empresa són els següents: _____, mercat, barreres d'entrada i de sortida, proveïdors, clients i poder negociador.

b) L'estratègia _____ considera que els mercats internacionals són homogenis i, per tant, l'empresa pot establir una estratègia única.

c) El model que descriu les activitats que aporten valor a l'empresa, l'anàlisi de les quals permet distingir aquelles activitats necessàries de les innecessàries, és el/la _____.

d) 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 un preu _____.

e) El creixement _____ fa referència al creixement d'una empresa mitjançant noves inversions dins de la mateixa empresa, les quals fan que n'augmenti el patrimoni i la capacitat productiva.

f) El/La _____ d'una empresa és la imatge de futur que se'n té, allà on es vol arribar i allò que es pretén aconseguir a llarg termini.

g) El/La _____ 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.

h) La disponibilitat de les fonts de subministrament, l'accés al mercat de treball, la legislació, la demanda del mercat i les bones comunicacions, entre d'altres, són factors determinants a l'hora de decidir el/la _____ d'una empresa.

i) El teixit empresarial de Catalunya està format bàsicament per microempreses i per _____ i mitjanes empreses.

j) Els/Les _____ són els obstacles que dificulten l'accés de noves empreses a un sector determinat mitjançant la disminució de les expectatives de beneficis dels possibles nous competidors.

4.2. Definiu els termes següents:
[1 punt: 0,25 punts per cada definició]

a) *Missió.*

b) *Fusió pura.*

c) *Estratègia transnacional.*

d) *Estratègia operativa.*

19. PAU 2017 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4

L'any 2000 es va fundar l'empresa X, dedicada a fabricar calçat esportiu de qualitat per a la pràctica del futbol per a vendre'l a botigues especialitzades. El 2005 va decidir ampliar la seva gamma de productes a altres esports com ara el tennis, el *running* i el ciclisme, i per fer-ho va adquirir una nau industrial i maquinària nova. Després de l'èxit d'aquesta iniciativa, que va fer multiplicar la plantilla de l'empresa per cinc i la facturació per deu, l'any 2015 va invertir 35 milions d'euros en la creació de 50 botigues per a comercialitzar la seva pròpia marca en exclusiva. Aquest fet va implicar la contractació de 200 treballadors més.

4.1. Quin tipus de creixement ha dut a terme l'empresa X? Justifiqueu la resposta.
[0,4 punts]

4.2. Quina estratègia o estratègies de diversificació ha utilitzat aquesta empresa? Justifiqueu la resposta.
[0,4 punts]

4.3. Si l'empresa X decidís traslladar la fabricació dels seus productes a un altre país, de quin procés estaríem parlant? Assenyaleu dos possibles motius de l'empresa per a prendre aquesta decisió.
[0,3 punts]

4.4. En el model de direcció estratègica és fonamental l'anàlisi de l'entorn. Expliqueu quins són els elements de l'entorn que cal analitzar per a fer aquest diagnòstic extern.
[0,6 punts]

4.5. Per a fer el diagnòstic intern sovint s'utilitza un instrument anomenat *cadena de valor*. Expliqueu en què consisteix i justifiqueu-ne la utilitat.
[0,3 punts]

20. PAU 2017 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Definiu els termes següents:
[1 punt: 0,2 punts per cada definició]

a) *Cadena de valor.*

b) *Estratègia de diferenciació.*

c) *Estratègia corporativa.*

d) *Internacionalització.*

e) *Barrera d'entrada.*

4.2. Indiqueu si les afirmacions següents són vertaderes o falses. En el cas que siguin falses, convertiu-les en vertaderes.

[1 punt]

***a*)** La fusió per absorció es produeix quan dues o més empreses, generalment de dimensions similars, acorden unir-se i crear-ne una de nova, de manera que les empreses anteriors es dissolen.

***b*)** Un segment és una concentració geogràfica d'empreses o institucions que comparteixen l'interès per un sector econòmic concret.

***c*)** En termes generals, un dels avantatges del creixement intern respecte al creixement extern és l'estalvi de temps.

***d*)** El teixit empresarial de Catalunya està format bàsicament per microempreses i per petites i mitjanes empreses.

***e*)** El poder negociador d'una empresa és la capacitat que té per a imposar qualsevol de les seves condicions en una operació de compravenda (preus, qualitat, terminis de cobrament i pagament, terminis de lliurament, etcètera).

21. PAU 2016 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Completeu les frases següents amb el terme que considereu més convenient:
[1 punt]

a) En l'estratègia _____ es treballa amb una visió global del 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.

b) Un/Una _____ és una concentració geogràfica d'empreses i institucions que comparteixen l'interès per un sector econòmic i estratègic concret, i n'afavoreixen la localització en una mateixa zona.

c) El/La _____ es dóna quan dues societats o més s'uneixen per constituir una societat nova i es dissolen però no es liquiden.

d) Reconsiderar les línies o unitats de negoci que l'empresa ha de desenvolupar és una decisió que correspon al nivell de l'estratègia _____.

e) Els elements que configuren l'anàlisi externa de l'empresa són els següents: competidors, mercat, barreres d'entrada i de sortida, proveïdors, clients i _____.

f) A diferència de les grans organitzacions, la innovació, la personalització i la flexibilitat són alguns dels trets que caracteritzen els/les _____.

g) El creixement _____ fa referència al creixement d'una empresa mitjançant noves inversions dins de la mateixa empresa, les quals fan que n'augmentin el patrimoni i la capacitat productiva.

h) El/La _____ 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.

i) L'estratègia _____ és aquella que té en compte que els mercats internacionals són diferents entre ells, per la qual cosa l'empresa s'ha d'adaptar a cadascun d'ells i atendre les diversitats culturals.

j) El/La _____ del mercat és un procés que consisteix a dividir el mercat d'un bé o un servei en diversos grups més petits i internament homogenis.

4.2. Un dels factors que cal tenir en compte a l'hora de dissenyar l'estratègia empresarial és si existeixen o no barreres d'entrada en un sector concret. Digueu què són les *barreres d'entrada* i esmenteu-ne un mínim de quatre tipus diferents.
[1 punt]

22. PAU 2016 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Què és la *visió* d'una empresa? I la *missió*? Poseu un exemple per a il·lustrar la diferència existent entre tots dos conceptes.
[0,75 punts]

4.2. Què és la *direcció estratègica* d'una empresa?
[0,25 punts]

4.3. Què volem dir quan parlem d'implementar una *estratègia d'enfocament o de segmentació* a l'empresa?
[0,25 punts]

4.4. En què consisteix l'*estratègia de diversificació*? Quina diferència hi ha entre la diversificació horitzontal i la vertical?
[0,75 punts]

23. PAU 2016 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

Fa uns quants mesos va aparèixer la notícia següent en un mitjà de comunicació:

La cooperativa Metallcar crea una aliança d'empreses a l'Índia amb la qual pensa facturar 10 milions d'euros

La cooperativa Metallcar acaba de tancar un acord amb el fabricant indi de peces d'automoció TTL pel qual ha adquirit el 50 % del negoci ubicat a Bombai. La nova empresa que neix d'aquesta aliança, Metallcar-TTL, es dedicarà a la producció de peces d'automoció per a vehicles tot terreny seguint una estratègia competitiva d'enfocament. Actualment, hi treballen 250 persones i es preveu una xifra de vendes de 10 milions d'euros per a l'any que ve.

Aquesta aliança d'empreses s'emmarca dins el procés d'internacionalització en què està immersa la cooperativa Metallcar per a satisfer la demanda dels principals fabricants d'automoció. La nova fàbrica de Bombai serà la segona implantació de Metallcar al continent asiàtic, ja que fa un parell d'anys es va instal·lar en una fàbrica localitzada en un parc industrial proper a Xangai. Metallcar, amb una facturació de 230 milions d'euros a l'any, a més de les instal·lacions a Catalunya, té plantes productives a Polònia, al Brasil, a la Xina i ara a l'Índia. Les decisions estratègiques més importants, però, se seguiran prenent des de la seu que l'empresa té al Barcelonès.

A partir del text que heu llegit, responeu a les qüestions següents:

4.1. Expliqueu el significat dels termes subratllats en el text.
[0,5 punts]

4.2. Enumereu cinc factors que cal tenir en compte a l'hora de triar una localització per a una empresa industrial.
[0,5 punts]

4.3. L'empresa segueix una estratègia d'internacionalització global. Què vol dir això?
[0,5 punts]

4.4. Quin tipus de creixement ha experimentat aquesta empresa? Expliqueu raonadament la resposta.
[0,5 punts]

24. PAU 2015 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Definiu els termes següents:
[1 punt]

a) *Clúster.*

b) *Estratègia corporativa.*

c) *Estratègia multidomèstica.*

d) *Estratègia global.*

e) *Creixement intern.*

4.2. A què fa referència la *deslocalització* de l'activitat productiva d'una empresa? Enumereu un mínim de vuit factors que poden condicionar la decisió de localització d'una empresa.
[1 punt]

---

25. PAU 2015 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Definiu els termes següents:
[1 punt: 0,2 punts per cada definició]

a) *Estratègia corporativa.*

b) *Estratègia global.*

c) *Creixement intern.*

d) *Fusió pura.*

e) *Clúster.*

4.2. Expliqueu dues estratègies de desenvolupament empresarial i poseu un exemple de cadascuna.
[0,5 punts]

4.3. Per a què serveix l'anàlisi de la cadena de valor d'una empresa? Enumereu dues activitats primàries i una de suport d'aquest model.
[0,5 punts]

26. PAU 2015 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Una empresa productora d'electrodomèstics que actualment està localitzada a Catalunya decideix traslladar la fàbrica a un altre país, en via de desenvolupament.

a) Anomeneu i definiu a quin fenomen econòmic es fa referència i expliqueu els efectes que tindria aquest trasllat sobre el país d'origen i sobre el país de destinació de l'activitat productiva.
[0,5 punts]

b) Exposeu un mínim de cinc factors que l'empresa deu haver tingut en compte a l'hora de decidir a quin país traslladarà la seva activitat.
[0,5 punts]

5.2. Indiqueu si les afirmacions següents són certes o falses i justifiqueu la resposta:

a) Les petites i mitjanes empreses no poden dur a terme processos d'internacionalització.
[0,25 punts]

b) Quan una empresa n'absorbeix una altra, podem dir que s'està produint un creixement intern.
[0,25 punts]

c) L'estratègia de diferenciació és una estratègia competitiva que persegueix la distinció oferint sempre una qualitat superior i un preu inferior en comparació amb la competència.
[0,25 punts]

d) Mitjançant les estratègies competitives, l'empresa pretén aconseguir algun tipus d'avantatge competitiu.
[0,25 punts]

27. PAU 2014 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Definiu els termes següents:
[1 punt: 0,2 punts per cada definició]

a) *Avantatge competitiu.*
b) *Barrera d'entrada.*
c) *Estratègia de lideratge en costos.*
d) *Estratègia de diferenciació.*
e) *Estratègia d'enfocament* (o *de segmentació*).

4.2. Identifiqueu el tipus d'estratègia (de lideratge en costos, de diferenciació o de segmentació) que segueix cadascuna de les empreses següents. Argumenteu les respostes.
[1 punt: 0,25 punts per cada apartat]

a) Lidl.
b) Apple.
c) Ferrari.
d) Ikea.

28. PAU 2014 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Enumereu i definiu les estratègies a què poden optar les empreses que s'internacionalitzen.
[0,75 punts]

4.2. Què és el *poder negociador* de proveïdors i clients? Com incideix el grau de concentració en aquest poder negociador? I el grau d'informació disponible de proveïdors i clients?
[0,75 punts]

4.3. Enumereu cinc característiques bàsiques d'una PIME.
[0,5 punts]

29. PAU 2014 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 4

Exercici 4

4.1. Indiqueu si les afirmacions següents són vertaderes o falses. Si són falses expliqueu per què.
[1 punt]

a) L'objectiu de l'anàlisi de la cadena de valor és identificar quines són les fonts d'avantatge competitiu per a poder formular posteriorment les estratègies competitives més adequades.

b) L'inconvenient principal del creixement extern és la lentitud, la qual cosa pot ser un greuge important a causa de l'entorn actual de canvis ràpids i intensos.

c) L'estratègia corporativa és el conjunt de decisions que prenen els directors dels diferents departaments funcionals d'una empresa (màrqueting, producció, finances, etc.) sobre com s'utilitzen, es coordinen i es gestionen els recursos de què disposen per a poder assolir els objectius fixats.

d) L'estratègia d'enfocament (o d'especialització) es produeix quan una empresa presenta uns costos inferiors als dels seus competidors en un determinat producte o servei de qualitat similar.

e) Entre altres efectes negatius, les estratègies d'internacionalització provoquen la pèrdua de llocs de treball, la desindustrialització de determinats territoris, una disminució del teixit empresarial i la davallada del ritme de creixement econòmic del país.

4.2. Definiu el terme *barrera d'entrada*. Expliqueu quatre de les principals barreres d'entrada que una companyia es pot trobar.
[1 punt]

Exercici 4

4.1. Patxi Poch, ara a l'atur, s'està plantejant obrir un forn de pa amb els diners que ha obtingut en concepte de liquidació de l'antiga feina. En canvi, la seva companya, Lali López, amb una capacitat emprenedora excel·lent, vol iniciar un negoci d'emmagatzematge de components auxiliars per a la indústria de l'automòbil. Com que la localització de l'activitat empresarial és una decisió estratègica important que condicionarà a curt i a mitjà termini l'activitat i els mateixos resultats de l'empresa, en Patxi i la Lali valoren diferents locals i naus industrials per a ubicar aquests dos negocis. Exposeu raonadament quatre variables que cal tenir en compte (dues de diferents per cada cas) a l'hora de decidir la ubicació del forn de pa i del magatzem.

[1 punt]

4.2. Completeu les frases següents:

[1 punt]

a) L'estratègia que consisteix a aplicar els avantatges competitius de l'empresa, tant si és de lideratge en costos com de diferenciació del producte, en un segment de mercat concret, s'anomena _____.

b) L'eina utilitzada per a descompondre i analitzar cadascuna de les activitats que es duen a terme en una organització per a fabricar i vendre un producte o servei determinat s'anomena _____.

c) El conjunt de característiques internes que una empresa ha de desenvolupar per a obtenir i reforçar una posició d'avantatge davant dels competidors s'anomena _____ _____.

d) Quan una empresa presenta uns costos inferiors als dels competidors en un determinat producte o servei d'una qualitat semblant adopta una estratègia _____ _____.

Exercici 4

4.1. Per a cadascuna de les situacions empresarials del quadre següent, determineu si l'empresa ha aplicat una estratègia de creixement intern o extern i digueu de quin tipus d'operació es tracta (fusió pura, fusió per absorció, préstec o endeutament amb entitats de crèdit, emprèstit o emissió de deute, adquisició majoritària o minoritària, etc.).

[1,2 punts]

Situació empresarial	*Tipus de creixement*	*Tipus d'operació*
L'empresa A demana 100.000 € al banc.		
L'empresa B integra C dins del seu patrimoni i C desapareix.		
L'empresa D fa una emissió d'obligacions a 3 anys.		
L'empresa E compra el 40 % de l'empresa F.		
L'empresa G i l'empresa H desapareixen i es forma la nova empresa I.		
L'empresa J compra el 70 % de l'empresa K.		

4.2. Definiu *creixement intern* i *creixement extern* i determineu, com a mínim, una de les seves implicacions.

[0,8 punts]

Exercici 4

El mes de novembre del 2011 apareixia la notícia següent en un mitjà de comunicació:

> El jutjat mercantil número 6 de Barcelona ha adjudicat la unitat productiva de Cacaolat a l'aliança formada per Damm, Cobega i Victory Turnaround. El grup invertirà 66 milions: 62 per a adaptar l'antiga fàbrica de Damm a Santa Coloma de Gramenet, on el 2013 traslladaran tota la producció de batuts, i 4 més per a modernitzar la planta d'Utebo (Saragossa), on es continuarà fent la llet condensada.
>
> Damm i Cobega seran els socis industrials, per l'experiència que acumulen en el sector de les begudes, i es repartiran a parts iguals la majoria d'accions: el 49 % cadascuna, mentre que Victory en mantindrà el 2 %. La nova Cacaolat serà una empresa autònoma i independent dels seus accionistes, tant pel que fa a la gestió com pel que fa a la producció i a la comercialització.
>
> El fabricant de cerveses i l'embotelladora de la Coca-Cola aprofitaran les sinergies i volen portar el Cacaolat a tot l'Estat i també a fora. Principalment al nord d'Àfrica, on Cobega ja té presència i on també distribuiran llet condensada, i també pensa en el sud de França. Pel que fa a producte, s'anirà més enllà i s'ampliarà la gamma de batuts.
>
> La decisió judicial ha valorat molt positivament el fet que l'oferta inclogui ja una nova planta a Santa Coloma de Gramenet, propietat de Damm, un pla industrial per a la planta de Saragossa, una forta capacitat financera i un pla social per a tots els treballadors.

a) Quin tipus de decisió estratègica explica el text? Justifiqueu la resposta.
[0,5 punts]

b) Quin tipus de creixement s'hi explica?
[0,5 punts]

c) El nou grup té intenció d'internacionalitzar la companyia? Per què?
[0,5 punts]

d) Considereu que la nova empresa seguirà un procés de deslocalització? Justifiqueu la resposta.
[0,5 punts]

33. PAU 2012 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4

4.1. Una empresa ha fet un esforç important per augmentar el volum d'operacions, amb relació a l'exercici econòmic anterior. Quines alternatives de creixement pot posar en pràctica una organització? Expliqueu breument en què consisteixen i comenteu un avantatge de cadascuna.

[1 punt]

4.2. El mes de maig del 2010 apareixia la notícia següent en un diari de gran abast:

> Les assemblees de Caixa Catalunya, Caixa Tarragona i Caixa Manresa han aprovat finalment el procés de fusió de les tres entitats.
>
> La integració de les tres caixes catalanes és la primera gran fusió aprovada pel Banc d'Espanya i la Comissió Europea. La nova entitat, Catalunya Caixa, serà la quarta caixa d'estalvis en el rànquing espanyol i comptarà amb 81.000 milions d'euros d'actius totals.
>
> La configuració de l'equip directiu s'ha dut a terme seguint criteris de vàlua professional estrictes i no per repartiment de quotes […].

Quina diferència hi ha entre la *fusió pura* i la *fusió per absorció* entre diferents empreses? Quin és el cas de l'entitat Catalunya Caixa?

[1 punt]

34. PAU 2012 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4

4.1. Exposeu raonadament cinc factors que poden condicionar la decisió de localització d'una empresa.

[1 punt]

4.2. Indiqueu si les afirmacions següents són certes o falses. En el cas que siguin falses, justifiqueu la resposta.

[1 punt]

a) L'estratègia de desenvolupament coneguda com a estratègia de *lideratge en costos* posa l'èmfasi a diferenciar el producte del de la competència.

[0,2 punts]

b) L'estratègia d'internacionalització coneguda com a estratègia *multidomèstica* entén que els mercats internacionals són homogenis, per la qual cosa l'empresa pot establir una estratègia única.

[0,2 punts]

c) La *deslocalització* fa referència al fet de traslladar una fàbrica, una seu, etcètera, a un altre país on els costos de producció i transport resulten més barats.

[0,2 punts]

d) L'*estratègia funcional* és el nivell més alt d'estratègia i defineix els negocis que cal desenvolupar i aquells que cal suprimir.

[0,2 punts]

e) La *fusió pura* es produeix quan dues o més societats s'uneixen per constituir-ne una de nova; ambdues es dissolen, però no es liquiden.

[0,2 punts]

35. PAU 2011 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Expliqueu raonadament si les afirmacions següents són certes o falses:

a) L'estratègia de lideratge en costos explota els avantatges competitius de les característiques singulars dels productes o serveis que s'ofereixen.
[0,2 punts]

b) L'estratègia de lideratge en costos es basa a aconseguir que els clients estiguin disposats a pagar un preu més elevat pels productes o serveis que ofereix una empresa a causa d'alguna diferència amb els dels seus competidors.
[0,2 punts]

c) Per a una empresa, l'inconvenient principal del creixement intern és la lentitud que presenta, ja que només s'hi destinen els recursos propis de l'empresa. A més, és més car que el creixement extern.
[0,2 punts]

d) El *valor afegit* és el valor que l'empresa suma a un producte o servei a partir de l'activitat econòmica que genera aquesta empresa.
[0,2 punts]

e) L'*adquisició d'empreses* és la unió de diverses societats per a crear-ne una de nova.
[0,2 punts]

36. PAU 2011 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

5.1. Què entenem per *PIME*? Esmenteu tres avantatges i tres inconvenients que tenen les PIME respecte de les grans empreses.
[0,75 punts]

5.2. Què entenem per *deslocalització d'empreses*?
[0,25 punts]

37. PAU 2011 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

Una empresa, que té com a activitat principal la producció i la distribució de calçat professional per a usos industrials i especialitzats, es troba davant d'una disminució de les vendes a conseqüència de l'entrada de competidors estrangers que ofereixen productes d'una qualitat molt semblant però a preus més baixos. Com a reacció davant d'aquesta situació adversa, la direcció de l'empresa es planteja diverses possibilitats d'actuació:

a) Instal·lar maquinària més moderna per a elaborar productes de més qualitat que els competidors, la qual cosa incrementarà els costos de producció un 20 %.

b) Reconsiderar l'activitat de l'empresa i obrir un negoci nou en un mercat diferent, com ara el del calçat esportiu.

Classifiqueu raonadament aquestes dues alternatives en el lloc que els correspon dins dels nivells de decisions estratègiques bàsiques.

[1 punt]

38. PAU 2010 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

5.1. Interpreteu les dues afirmacions següents:

a) Un dels principals avantatges d'un empresari individual és la idoneïtat per al funcionament d'empreses de dimensió molt petita.

[0,5 punts]

b) Un dels principals inconvenients d'un empresari individual és la responsabilitat patrimonial il·limitada.

[0,5 punts]

5.2. Justifiqueu si les afirmacions següents són vertaderes o falses:

a) L'estratègia de diferenciació comporta oferir un producte o servei a un preu inferior al de la competència i amb un nivell de qualitat similar.

[0,5 punts]

b) L'anàlisi de la cadena de valor d'una empresa permet conèixer les activitats innecessàries que no generen cap valor per al client.

[0,5 punts]

39. PAU 2010 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

5.1. Què s'entén per *estratègia empresarial*?

[0,5 punts]

5.2. Quina és la diferència entre la *fusió d'empreses* i l'*absorció d'empreses*?

[0,5 punts]

L'Institut d'Estudis Catalans ha tingut cura de la correcció lingüística i de l'edició d'aquesta prova d'accés

40. PAU 2010 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2

2.1. L'empresa de l'exercici 1 vol ampliar les instal·lacions i es planteja una nova ubicació per a la planta productiva. Exposeu raonadament quatre factors que poden condicionar la decisió de localització d'una companyia.
[1 punt]

2.2. Definiu els tres conceptes següents: *avantatge competitiu*, *internacionalització de l'empresa* i *empresa multinacional*.
[1 punt]

41. PAU 2010 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

4.1. En què consisteix el *creixement extern* d'una empresa? Assenyaleu dues estratègies de creixement extern.
[0,5 punts]

4.2. Quina diferència hi ha entre l'*estratègia de lideratge en costos* i l'*estratègia de diferenciació*?
[0,5 punts]

42. PAU 2010 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 1

Exercici 1

1.1. El grup Teurus ha comprat el negoci d'eines elèctriques de l'empresa Cassals. Fundada el 1881, Cassals és avui una empresa líder en el sector d'eines professionals i elèctriques, encara que presenta també una gran penetració de mercat en el sector del bricolatge d'ús domèstic. Teurus, d'altra banda, s'ha convertit en una de les empreses més importants en el sector del petit electrodomèstic. En un comunicat, Teurus va assegurar que la unió amb Cassals «és una aposta important per la innovació i el desenvolupament de nous productes». Des de l'inici, i amb el suport de la xarxa de filials i distribuïdors de Teurus, l'objectiu de Cassals serà potenciar i consolidar la marca en l'àmbit internacional. Teurus, present en més de seixanta-cinc països i amb deu companyies filials internacionals, té una gran activitat en la generació de noves línies de negoci i aposta fermament pel desenvolupament de productes propis.

A partir del text anterior, responeu a les qüestions següents:

a) En què consisteix el creixement extern d'una empresa? Quins avantatges i inconvenients té respecte del creixement intern? Quines vies de creixement extern hi ha?

[0,75 punts]

b) Quin tipus de creixement extern experimentarà el grup Teurus? Per què?

[0,25 punts]

c) En aquest cas, s'internacionalitzarà la unitat de negoci d'eines elèctriques Cassals? Per què?

[0,25 punts]

d) L'empresa Teurus ha entrat en un procés de deslocalització? Raoneu la resposta.

[0,25 punts]

e) Què s'entén per *avantatge competitiu* d'una empresa? Poseu dos exemples d'avantatges competitius que pugui tenir una empresa respecte dels competidors.

[0,5 punts]

(Continua a la pàgina següent.)

1.2. Tres antics treballadors de l'empresa Cassals, amb coneixements i experiència en el sector del bricolatge d'ús domèstic, decideixen emprendre un nou projecte empresarial. Per a això, han dissenyat un pla d'empresa que conté, entre d'altres, les dades següents:

— Capital inicial disponible entre els tres emprenedors: 9.000 €.
— Inversió inicial necessària: 19.000 €.
— Per a poder obtenir finançament aliè, els bancs els exigeixen un capital mínim del 40 % de la inversió necessària per a tirar endavant el negoci.
— Capacitat màxima de producció anual: 12.000 unitats/any.
— Volum de producció i venda a partir del qual s'obtenen beneficis: 8.000 unitats.
— Estimacions de vendes anuals: 6.000 unitats el primer any i 10.000 el segon.

a) Justifiqueu la viabilitat legal (tipus de forma jurídica) de la nova empresa.
[1 punt]

b) Justifiqueu la viabilitat financera (obtenció de finançament) de la nova empresa.
[0,5 punts]

c) Justifiqueu la capacitat de la nova empresa per a obtenir beneficis.
[0,5 punts]

43. PAU 2010 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

La firma tèxtil catalana Tango ha inaugurat fa poc el seu sisè establiment a l'Índia, un dels països amb més potencial de creixement en els propers anys, que les empreses principals del sector han posat en el punt de mira. Es tracta d'un local comercial situat al centre DLF Promenade, a Nova Delhi. Segons l'opinió de Kamal Hamil, director de First Brands (la companyia que comercialitza Tango a l'Índia), «es tracta d'un concepte nou de botiga, molt diferent del que els nostres clients han vist fins ara. El local té una superfície comercial més gran que la resta i està dissenyat seguint uns criteris estètics totalment internacionals».

L'empresa planeja inaugurar tres establiments en el mercat local en ciutats com Hyderabad, Pune i Ahmadabad. Actualment, la firma té dues botigues a Delhi, dues més a Bombai, una a Gurgaon i una altra a Bangalore.

A partir d'aquesta informació, responeu a les qüestions següents:

a) Expliqueu raonadament si l'empresa Tango ha dut a terme una internacionalització o una deslocalització.
[0,33 punts]

b) Quin tipus de creixement està adoptant l'empresa Tango a l'Índia? Raoneu la resposta.
[0,33 punts]

c) Quina variable externa ha incidit en la decisió de Tango de localitzar una nova botiga a l'Índia? Raoneu la resposta.
[0,33 punts]

L'Institut d'Estudis Catalans ha tingut cura de la correcció lingüística i de l'edició d'aquesta prova d'accés

44. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 5 (B pla antic)

Exercici 5

a) Quines són les característiques generals d'una societat limitada? [1 punt]

b) En què consisteixen les matrius de decisió de la direcció empresarial? Quins elements contenen? [1 punt]

45. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (A pla antic)

OPCIÓ A

Exercici 2

Expliqueu el concepte d'organització informal de l'empresa. [1 punt]

46. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (B pla antic)

OPCIÓ B

Exercici 2

Enumereu les quatre funcions que comprèn el procés de direcció de l'empresa i definiu-ne dues. [1 punt]

47. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 3 (A pla antic)

Exercici 3

Concepte, elements i característiques dels arbres de decisió. [1 punt]

48. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 3 (B pla antic)

Exercici 3

Expliqueu el concepte d'organització formal de l'empresa i la funció dels organigrames. (No cal que en detalleu la classificació.) [1 punt]

49. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (A pla antic)

Exercici 5

a) El sistema just a temps (*just-in-time* o, abreujadament, JIT) de gestió de la producció i dels inventaris s'està imposant a la majoria d'empreses del nostre país pels indubtables avantatges que té. Definiu-lo i enumereu alguns d'aquests avantatges. [1 punt]

b) Enumereu les quatre variables del màrqueting mix i expliqueu-ne dues. [1 punt]

50. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 3 (B pla antic)

Exercici 3

En què consisteix el model lineal (o jeràrquic) d'estructura organitzativa d'una empresa? Quins són els avantatges i els inconvenients d'aquest model? [1 punt]

51. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Els mètodes PERT i GANTT són tècniques gràfiques diferents que es fan servir per planificar i programar les diverses activitats de la producció o per al desenvolupament d'un projecte.

a) Expliqueu (o dibuixeu) com es representa una activitat en cada un dels dos mètodes anteriors. [1 punt]

b) Expliqueu quin dels dos mètodes és més adequat per dur a terme el control de les activitats programades. [1 punt]

52. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Els departaments comercials de les empreses tradicionals acostumen a adoptar una organització geogràfica o per productes o clients. En quin model teòric d'estructura organitzativa (lineal, funcional o matricial) classificaríeu aquesta forma d'organització? Justifiqueu la vostra resposta. [1 punt]

53. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

D'un temps ençà les empreses han adoptat, per raons econòmiques i financeres, el model *just a temps* (*just-in-time* o J-i-T) de gestió d'inventaris, que substitueix la pràctica tradicional d'acumular als magatzems un gran nombre de primeres matèries, de productes semielaborats o en curs de fabricació i de productes acabats. Enumereu dos avantatges, un de tècnic i un d'econòmic, de la filosofia J-i-T. [1 punt]

54. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

La funció de proveïment es compon dels tres elements següents: la realització de compres, l'organització dels magatzems i la gestió d'inventaris. Citeu els objectius que ha d'assolir un responsable encarregat de l'adquisició d'existències.

[1 punt]

55. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Malauradament, els directius i fins i tot els presidents de clubs esportius manifesten sovint, com molts aficionats, el seu desacord amb els esportistes dels seus equips, acusant-los de no «suar la samarreta» i d'estar només pendents de les retribucions econòmiques.
Identifiqueu aquest comportament dels directius bé amb la teoria X o bé amb la Y de Douglas Mc Gregor, per mitjà de les quals s'analitza l'opinió que té un dirigent d'empresa sobre els seus col·laboradors.
Justifiqueu la vostra resposta. [1 punt]

56. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Descriviu en què consisteix el mètode ABC de gestió de les existències d'una empresa. [1 punt]

57. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Expliqueu, amb l'ajut d'un exemple, les variables que s'han de tenir en compte en elaborar una matriu de decisió. [1 punt]

58. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 6 (Opció A)

Exercici 6

En el procés de direcció es duen a terme les funcions de planificació, organització, gestió i control. Descriviu-ne una d'elles. [1 punt]

59. PAU 2003 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 1

Distrito universitari de Ca

Exercici 1 (comú a les dues opcions)

El màxim responsable d'una empresa ha d'aconseguir que els seus treballadors o empleats assoleixin els objectius que l'empresa es marca per a un període determinat. Tanmateix, el resultat depèn en gran part de l'activitat i/o les opinions d'aquest dirigent.

a) Definiu els diversos estils de direcció que generalment assumeix el màxim responsable d'una empresa. [1 punt]

b) Expliqueu, a partir de la teoria X i Y que va formular Douglas Mc Gregor, les diferents visions o opinions que sobre el personal de l'empresa té el seu màxim responsable. [1 punt]

c) Relacioneu els diversos estils de direcció amb les opinions o visions descrites en l'apartat anterior. [1 punt]

NOTA: Vegeu els quatre exercicis restants en el segon full.

60. PAU 2003 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

El mètode de classificació anomenat ABC s'aplica generalment per facilitar les decisions en moltes àrees de l'empresa. Expliqueu els principals avantatges d'aplicar el mètode ABC a la gestió d'inventaris. [1 punt]

61. PAU 2003 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

L'activitat productiva d'una empresa es pot definir com un dels subsistemes empresarials. Descriviu-lo, concretant les entrades, les sortides i els objectius de la producció. [1 punt]

62. PAU 2003 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

El contracte de franquícia formalitza un compromís entre una empresa «franquiciadora» que s'obliga, a canvi de la percepció d'uns cànons, tant a proveir una gamma àmplia de prestacions de serveis i/o de subministraments de béns, com a facilitar l'ús de procediments i de denominacions comercials a altres empreses, que s'anomenen «franquiciades».
Citeu dos avantatges que ofereix la signatura d'un contracte de franquícia a l'empresa «franquiciada». [1 punt]

63. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2

En diversos models de gestió d'inventaris, sobretot en el de Wilson, s'utilitza sovint els conceptes de comanda òptima, estoc de seguretat i termini de lliurament o d'aprovisionament.

a) Definiu aquests tres conceptes. [1 punt]

b) Representeu gràficament els conceptes anteriors i expliqueu, amb l'ajut del gràfic, la relació existent entre aquests tres conceptes. [1 punt]

64. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

Els directius que han de prendre decisions en situacions d'incertesa utilitzen diversos criteris; un dels més habituals és el criteri definit per l'estadígraf Leonard J. Savage.

Tot seguit es detalla la matriu de decisió que el gerent d'una empresa fabricant de calçat ha elaborat per tal d'adoptar una decisió respecte a la producció de sabates per a la temporada següent, d'acord amb les seves previsions de venda.

	Demanda alta	Demanda mitjana	Demanda baixa
Sabates d'home	495.000	315.000	235.000
Sabates de dona	500.000	360.000	200.000
Sabates infantils	555.000	310.000	170.000

a) Elaboreu la taula o matriu de cost d'oportunitat que possibiliti l'aplicació del criteri de Savage. [1 punt]

b) Quina és la millor estratègia entre les presentades en aquesta matriu de decisió? [1 punt]

65. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Les funcions comercial i de producció constitueixen possiblement les dues àrees de l'empresa que estan més connectades entre si. Definiu la problemàtica existent entre els departaments que duen a terme aquestes funcions i opineu sobre el tipus de relació (col·laboració, supeditació, independència...) que han de mantenir els seus respectius directors. Argumenteu la vostra resposta. [1 punt]

66. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

En el procés d'adopció de decisions dins l'empresa es fan servir sovint dues eines a fi d'afavorir l'anàlisi de les diferents opcions possibles, concretament les matrius de decisió i els arbres de decisió. Definiu aquestes dues eines, si escau amb l'ajut d'exemples. [1 punt]

67. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 6 (Opció A)

Exercici 6

Descriviu, amb l'ajut d'exemples, un mínim de tres agressions al medi ambient que lamentablement siguin freqüents al nostre país i expliqueu per què les empreses no adopten mesures que evitin aquesta situació. [1 punt

68. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 6 (Opció B)

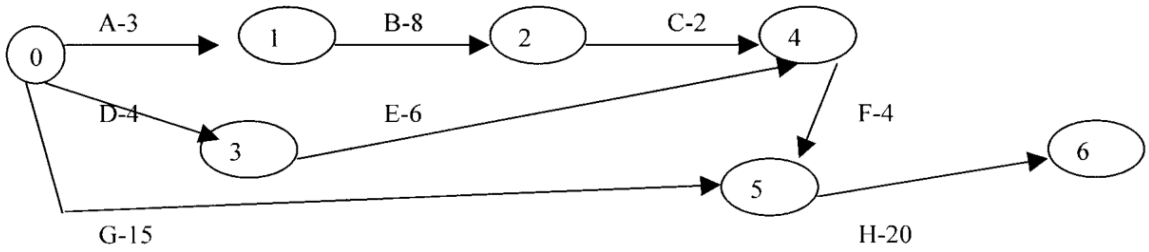
Exercici 6

Definiu el que s'entén per ruptura d'estocs. [1 punt]

69. PAU 2002 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Un projecte que consta de vuit activitats o tasques queda reflectit en el gràfic PERT següent:



a) Confegiu la taula de preferències. [1 punt]

b) Definiu el que s'entén per camí crític i indiqueu les tasques o activitats que el componen. Raoneu la resposta. [1 punt]

70. PAU 2002 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Una empresa es pot considerar bàsicament com una organització de mitjans materials i humans per obtenir una finalitat. Sovint també és definida com una unitat econòmica que combina diversos factors de producció per aconseguir una finalitat, habitualment l'obtenció d'un producte o servei.

a) Enumereu els factors de producció que es combinen en una empresa. [1 punt]

b) Esmenteu les dues formes possibles en què s'estableixen les relacions entre les diverses persones que integren una empresa. [1 punt]

71. PAU 2002 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Assenyaleu un mínim de tres avantatges i de tres inconvenients que caracteritzen les petites i mitjanes empreses si se les compara amb empreses d'una dimensió més gran. Justifiqueu la resposta, detallant en què consisteixen els avantatges i/o els inconvenients. [1 punt]

72. PAU 2002 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

La motivació dels treballadors d'una empresa és un factor al qual els responsables de la gestió donen habitualment una gran importància. Argumenteu aquesta afirmació i enumereu algunes de les mesures que pot millorar la motivació dels treballadors d'una empresa. [1 punt]

73. PAU 2002 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

En una situació d'incertesa, un pagès ha resumit en la matriu següent les alternatives que ha d'analitzar per adoptar una resolució pel que fa a la producció futura:

Probabilitat	P1	P2	P3
Estats / Estratègies	Sec	Normal	Plujós
Blat	90	300	- 60
Ordi	54	255	42
Blat de moro	- 63	327	81

a) Quina és la millor estratègia de les presentades en el quadre si, en adoptar aquesta decisió, s'apliqués el criteri definit pel matemàtic Laplace? [1 punt]

b) Quina és la millor estratègia de les presentades en el quadre si, en adoptar aquesta decisió, s'apliqués el criteri de Hurwicz (amb un coeficient d'optimisme del 0,6)? [1 punt]

Justifiqueu les vostres respostes.

74. PAU 2002 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Expliqueu què es pretén dir quan s'afirma que l'empresa és una organització. [1 punt]

75. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

Les gràfiques GANTT són unes de les eines de planificació de la producció. Pel que fa a les gràfiques GANTT, es demana:

a) Dissenyeu dues activitats que es poden executar simultàniament i dues que no. [1 punt]

b) Com es representa a les gràfiques GANTT el temps total (o mínim) d'execució d'un projecte calculat pel mètode PERT. [1 punt]

76. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Enumereu tres productes que es poden reciclar. Expliqueu els avantatges que es deriven de la seva reconversió. [1 punt]

77. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Enumereu les característiques que defineixen una franquícia. Poseu els exemples que cregueu adequats per il·lustrar els vostres raonaments. [1 punt]

78. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

S'afirma sovint que en moltes empreses coexisteix l'organització informal amb l'organigrama. Expliqueu el que enteneu per organització informal. Poseu exemples breus per il·lustrar el vostre raonament. [1 punt]

79. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 6 (Opció A)

Exercici 6

La funció de planificació es concreta sovint en moltes empreses en la redacció d'un pla. Definiu els diferents elements de planificació que componen o caracteritzen un pla. [1 punt]

80. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 6 (Opció B)

Exercici 6

El sistema Just-a-Temps (*Just-in-Time* o, més abreujadament, *JiT*) de gestió de la producció i dels inventaris s'està imposant a la majoria d'empreses del nostre país pels indubtables avantatges que té. Definiu-lo i enumereu algun d'aquests avantatges.

[1 punt]

81. PAU 2001 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Una empresa que fabrica dues gammes diferents de productes té exhaurida la capacitat productiva i l'empresari ha decidit produir només una de les dues gammes. D'altra banda, té un 40 % de possibilitats de subscriure un acord comercial exclusiu amb una gran superfície.
L'empresari sap que si accepta aquest acord obtindrà un augment en les vendes de 120.000 unitats de la primera gamma i de 80.000 unitats del segon tipus de productes. Si per contra no aconsegueix tancar l'acord amb aquesta gran superfície, l'increment de les vendes previstes serà de 80.000 unitats en la primera gamma i de 120.000 unitats en la segona.

Es demana:

a) Calculeu el valor esperat per a cadascuna de les gammes de producte. [1 punt]

b) Opineu sobre la decisió que ha d'adoptar l'empresari. Justifiqueu la resposta. [1 punt]

82. PAU 2001 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Tota empresa s'estructura formalment d'acord amb algun model organitzatiu concret. Tot evitant la tradicional estructura jeràrquica o lineal, les empreses adopten modernament dos altres models, concretament el funcional i/o el matricial. Amb relació a aquests models, es demana:

a) Definiu els trets característics d'una estructura funcional i enumereu-ne avantatges i inconvenients. [1 punt]

b) Definiu també els trets d'una estructura matricial, diferenciant-los de l'anterior, i enumereu-ne també avantatges i inconvenients. [1 punt]

Expliqueu breument els conceptes que empreu.

83. PAU 2001 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

Els mètodes PERT-CPM i les gràfiques GANTT són dues eines de planificació i de control de les decisions adoptades en el desenvolupament d'un projecte. ¿Quina de les dues tècniques creieu que utilitzarà una empresa que vulgui controlar un projecte força complex? Justifiqueu la resposta. [1 punt]

84. PAU 2001 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Els organigrames són una representació gràfica de l'organització formal d'una empresa. Es demana:

a) Dissenyeu un organigrama vertical on s'incloguin els càrrecs següents: gerent, director de producció, director financer, director administratiu, director comercial, cap de tallers, cap d'administració, cap de vendes i empleats. [1 punt]

b) Definiu els aspectes que ha de deixar clar un organigrama i citeu els avantatges que es deriven del seu ús. [1 punt]

85. PAU 2001 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Enumereu les diverses fases o etapes que constitueixen el procés o la funció de control de la gestió. [1 punt]

86. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Expliqueu i dibuixeu un model d'estructura organitzativa de tipus lineal. [1 punt]

87. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Expliqueu el funcionament del model JIT (*just-in-time*, just a temps) de gestió d'inventaris. Citeu els principals avantatges que té. [1 punt]]

88. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

Definiu el concepte *qualitat d'un producte*. Expliqueu el significat de disposar d'una certificació de qualitat d'acord amb les normes ISO. [1 punt]

89. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Douglas McGregor va definir dues posicions, que va anomenar teoria X i teoria Y, sobre el comportament dels empleats d'una empresa.
Es demana que:

- expliqueu en què consisteix cadascuna d'aquestes teories; [1 punt]
- opineu si aquesta classificació té influència en l'estil de direcció del gerent o màxim responsable de l'empresa. [1 punt]

SÈRIE 6 PAAU. LOGSE ECONOMIA I ORGANITZACIÓ D'EMPRESA

Curs 1999-2000

L'examen consta de dues opcions (A i B). Escolliu-ne una. Cada opció consta de sis exercicis, el primer dels quals és comú a les dues opcions.

90. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2

Expliqueu en què consisteix la funció d'organització. [1 punt]

91. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Enumereu els factors productius i expliqueu en què consisteix la funció de producció d'una empresa. [1 punt]

92. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Expliqueu les tasques que ha de fer el directiu d'una empresa, tot relacionant-les amb les funcions internes d'una empresa. [1 punt]

93. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

En les primeres dècades del segle XX, R. H. Wilson va definir una fórmula per planificar la funció d'aprovisionament en l'empresa. Enumereu els principals arguments que utilitzen els que consideren que actualment el seu model és inadequat. [1 punt]

94. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 6 (Opció A)

Exercici 6

Enumereu els objectius principals que té la funció de proveïment i justifiqueu per què aquests objectius es poden interferir negativament. [1 punt]

95. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 6 (Opció B)

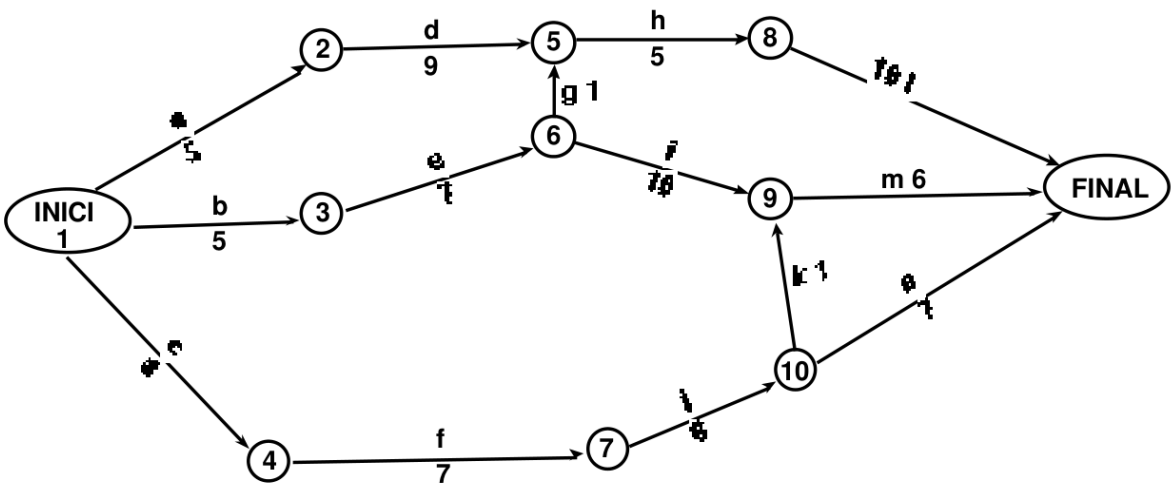
Exercici 6

Enumereu tres problemes mediambientals provocats per l'activitat de producció d'una empresa. [1 punt]

96. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 1

Exercici 1 (comú a les dues opcions)

Tot seguit es representa un projecte d'acord amb un graf tipus PERT, on les durades s'expressen en dies:



Amb les dades de l'enunciat, quan escaigui:

a) Calculeu la durada mínima del projecte. [1 punt]

b) Determineu el camí crític del projecte. [1 punt]

c) Definiu els elements que constitueixen la tècnica PERT i que es representen per mitjà de nodes i fletxes. [1 punt]

d) Definiu els conceptes *temps early* i *temps last* que s'utilitzen en l'esmentat mètode PERT-CPM. [1 punt]

e) Citeu un altre mètode gràfic de planificació de la producció. Expliqueu breument com funciona. [1 punt]

97. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2

Expliqueu les relacions del departament comercial amb els altres departaments de l'empresa, especialment el de producció i el financer. [1 punt]

98. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

Enumereu la informació que necessita una empresa per poder planificar la producció.
[1 punt]

99. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Enumereu les funcions que fa un departament de recursos humans. Expliqueu en què consisteixen. [1 punt]

100. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Definiu els conceptes següents: cost, despesa i cost d'oportunitat. Diferencieu el concepte de *cost* dels altres dos. Il·lustreu el vostre raonament amb exemples.
[1 punt]

101. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 6 (Opció A)

Exercici 6

En la gestió d'inventaris s'utilitzen els indicadors següents: estoc màxim, punt de comanda, estoc mínim i estoc de seguretat. Definiu aquests conceptes i representeu gràficament la seva relació. [1 punt]

102. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 6 (Opció B)

Exercici 6

Una empresa d'accessoris d'automòbil decideix mantenir al magatzem un 8 % de les vendes previstes del seu producte més important, per garantir el subministrament als grans constructors de cotxes, dels quals depèn en bona part el seu volum de facturació. Calculeu la producció que haurà de dur a terme, considerant que encara disposa de 1.500 unitats de l'esmentat article, si preveu vendre un total de 15.000 unitats. [1 punt]

103. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Expliqueu les raons per què en l'anàlisi de les decisions de gestió de les empreses no es tenen habitualment en compte les seves repercussions sobre el medi ambient. Justifiqueu també per què caldria fer-ho. [1 punt]

104. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Enumereu les tasques que componen la funció d'administració de personal. [1 punt]

105. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Entre altres tècniques, la planificació d'un projecte empresarial, així com el seu control, es duu a terme amb l'ajut de grafs de diferents tipus.

- Expliqueu com es representa un diagrama GANTT. [1 punt]
- Il·lustreu la vostra exposició amb un exemple referit a l'horari d'un dia de classe. [1 punt]

106. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

Expliqueu el significat del concepte d'*economia d'escala positiva*. Il·lustreu-lo amb un exemple referit al sector de la telefonia sense fil. [1 punt]

107. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Definiu els conceptes *rendiment d'un procés de producció* i *productivitat.* [1 punt]