Economia de l'empresa

El projecte empresarial

Solucions · 126 exercicis

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

1. PAU 2023 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5

Exercici 5

[2,5 punts en total]

5.1.

[0,8 punts]

2023:

Càlcul del punt mort:

CVU de l'empresa 2023 = 0,24 €/unitat de producte (dada de l'enunciat).

Costos fixos totals anuals 2022 = 5.000.000 € + 10.000.000 € = 15.000.000 €

L'any 2023 els costos fixos totals augmenten un 5 % respecte dels del 2022:

Costos fixos totals anuals 2023 = 15.000.000 € + (5/100*15.000.000 €) = 15.750.000 €

Punt mort 2023 = 15.750.000 €/(0,99 € **−** 0,24 €/unitat de producte)= **21.000.000 unitats.**
L'empresa hauria de produir i vendre 21 milions d'unitats per no tenir pèrdues.

Argumentar la viabilitat econòmica si l'empresa té una capacitat productiva màxima de 50.000.000 unitats:

La viabilitat econòmica implica comprovar si l'activitat de l'empresa generarà benefici o no. Només si l'empresa aconsegueix vendre una quantitat de producte superior a la del llindar de rendibilitat obtindrà beneficis de la seva activitat. Si té una capacitat productiva màxima de 50 milions d'unitats l'empresa **pot ser viable econòmicament**.

5.2.

[0,8 punts]

Expliqueu en què consisteixen cada una de les variables:

- **Fortaleses**: característiques del projecte que el situen per sobre dels altres de cara a assolir els seus objectius.
- **Debilitats:** característiques del projecte que el situen en situació de desavantatge respecte dels altres de cara a assolir els seus objectius.

- **Oportunitat**: elements de l'entorn, externs, que afavoreixen el projecte.
- **Amenaces:** elements de l'entorn, externs, que podrien desafavorir el projecte.

Identifiqueu, tenint en compte tot el text de l'enunciat, un exemple de cadascuna d'elles:

Anàlisi de l'empresa	
Fortaleses (escriviu un exemple extret de l'enunciat)	Debilitats (escriviu un exemple extret de l'enunciat)
- Fundes de gran resistència i elasticitat molt ben valorades pels seus clients. - El gerent de l'empresa va decidir ampliar mercats i internacionalitzar-se. - Preu excepcional de l'any 2022 de 0,6 €/unitat. - Aquest preu de 0,6 €/unitat permetrà a l'empresa introduir el producte en el mercat a un preu més baix que el de la competència.	- L'empresa haurà de tenir cura de les amortitzacions ja que són massa elevades (massa immobilitzat). - Els costos fixos totals anuals creixeran en un 5 % per sobre de la competència. - Els costos variables totals anuals creixeran un 20 %, per sobre de la competència.
Anàlisi de l'entorn	
Oportunitats (escriviu un exemple extret de l'enunciat)	Amenaces (escriviu un exemple extret de l'enunciat)
- Descomptes del Govern al preu de la llum i combustibles. Un aspecte de l'entorn favorable: els descomptes que el Govern ha proposat en el preu de la llum i els combustibles.	- Elevada inflació: l'entorn es presenta molt complicat per l'efecte que la creixent inflació està provocant a empreses i famílies.

Nota:

Si l'alumne identifica altres frases no contemplades en la solució, però que estan en el text i són correctes se li ha d'atorgar la màxima puntuació.

5.3.

[0,6 punts]

A les borses de valors, cotitzen accions, pròpies de les societats anònimes que tindrien una responsabilitat limitada al capital aportat i un capital social mínim de 60.000 €.

5.4.

[0,3 punts]

- **Estratègia de penetració**: vendre a 0,6 €/u per intentar que els consumidors dels nous mercats li comprin el producte en el moment de començar a comercialitzar el bé.

- **Estratègia de preus psicològics**: 0,99 €/u. Els clients tradueixen aquest preu com si fos quasi zero en lloc de l'euro. Hi ha una tendència a processar el preu d'esquerra a dreta. Per això s'hi dona menys importància als darrers dígits.

2. PAU 2023 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

3. PAU 2023 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5

Exercici 5

[2,5 punts en total]

5.1.

a)

[1 punt]

Bicicleta elèctrica:

CFtotals = 382.250€/any

(CV) Costos variables anuals totals: bicicleta elèctrica	
Mà d'obra	20.000€
Matèria prima	210.000€
Energia	80.000€
TOTAL:	**310.000 €**

Cv unitaris = 310.000/775 = 400€/unitat

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{382.250}{950 - 400} = 695$$ bicicletes

Expliqueu què significa els resultats obtinguts:

Aquest resultat ens indica que ha de fabricar i vendre 695 bicicletes per arribar al Punt Mort, el Benefici en aquest punt és zero, i a partir d'aquesta quantitat començaria obtenir beneficis positius. Com que va vendre 775 unitats, va obtenir beneficis.

Patinet elèctric:

CF totals = 30.000€/any

(CV) Costos variables anuals totals: patinet elèctric	
Mà d'obra	10.000€
Matèria prima	40.000€
Energia	10.000€
TOTAL:	60.000 €

Cv unitaris = 60.000€/200 = 300€/unitat

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{30.000}{550 - 300} = 120$$ patinets

Expliqueu què significa els resultats obtinguts:

Aquest resultat ens indica que ha de fabricar i vendre 120 patinets per arribar al Punt Mort, el Benefici en aquest punt és zero, i a partir d'aquesta quantitat començaria obtenir beneficis positius. Com que va vendre 200 unitats, va obtenir beneficis.

b)

[0,7 punts]

Benefici = Ingressos – Costos

Bicicletes:

Ingressos = 775 x 950 = 736.250€.
Costos totals = Costos fixos + Costos variables = 382.250€ + 310.000€ = 692.250€
Beneficis = I – CT = 736.250€ - 692.250€ = 44.000€

Patinets

Ingressos = 200 x 550 = 110.000
Costos totals = Costos fixos + Costos variables =30.000€ + 60.000€ = 90.000€
Beneficis = I – CT = 110.000€ – 90.000€ = **20.000€**
Beneficis totals patinets més bicicletes: 44.000€ + 20.000€ = 64.000€

5.2.

[0,8 punts]

Noves condicions:

Bicicleta elèctrica:

CF totals = 382.250€ x 1,06= 405.185€

(CV) Costos variables anuals totals bicicleta elèctrica

	Cv inicials	*Cv any següent*
Mà d'obra	20.000€	20.000 x 1,1= 22.000
Matèria prima	210.000€	210.000
Energia	80.000€	80.000 x 1,1 = 88.000
TOTAL:	**310.000 €**	**320.000 €**

Cv unitaris = 320.000€/775 = 412,90€/unitat

Patinet elèctric

CF totals = 30.000€ x 1,06 = 31.800 €

(CV) Costos variables anuals totals patinet elèctric

	Cv inicials	*Cv any següent*
Mà d'obra	10.000€	10.000 x 1,1= 11.000
Matèria prima	40.000€	40.000
Energia	10.000€	10.000 x 1,1 = 11.000
TOTAL:	60.000 €	62.000 €

Cv unitaris = 62.000€/200 = 310€/unitat

Bicicleta elèctrica:

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{405.185}{997{,}4 - 412{,}9} = 693{,}21$$ bicicletes = 694 bicicletes

Disminueix el punt mort en una unitat, doncs tot i que augmenten els Costos fixos i costos variables també augmenta el preu.

Patinet elèctric

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{318.000}{550 - 310} = 132{,}5$$ patinets = 133 patinets

S'augmenta el punt mort de 120 a 133 patinets, doncs augmenten els C fixos i els C variables, el Costos fixos proporcionalment augmenten més i no es varia el preu.

4. PAU 2022 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5

[2,5 punts]

5.1.

[0,8 punts]

Costos fixos totals = 12.600 €/any

Cost variable unitari = 2,5 × 1 = 2,5 €/paquet

Càlcul:

q = CF/(p. unitari – CVU) = 12.600/18 – 2,5 = 12.600/15,5 = 812,90 = 813 paquets.

Interpretació:

Si l'empresa produeix i ven 813 paquets anuals, el seu benefici serà igual a zero. Si ven més de 813 paquets anuals, obtindrà beneficis i menys pèrdues.

5.2

[0,5 punts]

B = IT – CT = p*q – (CF + CV*q)

Beneficis = ingressos – costos

40.000 = 15*q – (14.000 + 3*q) = 15q – 14.000 – 3q = 12q – 14.000

54.000 = 12q ➔ q = 54.000/12 = 4.500 paquets

Amb 4.500 paquets aconseguirien uns beneficis de 40.000 €

5.3

[1,2 punts]

Nombre de socis

La normativa estableix que ha d'haver-hi un mínim d'un soci per poder constituir una societat d'aquest tipus, encara que no estableix un màxim; poden ser persones físiques o jurídiques.

Responsabilitat de socis

La responsabilitat **es limita al capital aportat i és solidària entre els socis**. Això permet que els socis no responguin dels deutes amb el seu patrimoni personal.

Capital

Per constituir una societat de responsabilitat limitada és necessari **un capital mínim de 3.000 €.**

No obstant això, aquest capital aportat pot ser una aportació monetària o una aportació en espècie, sempre que la valoració econòmica del bé aportat sigui acceptada per tots els socis.

5. PAU 2022 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5

Exercici 5 [2,5 punts en total]

5.1.

[0,8 punts]

CF totals anuals = (150.000.000:10) + 10.000.000 = 25.000.000€

CVariables totals = 3 x 5 + 5 x 2 = 25€

Si marge de contribució és 20.

Mgc = p - cvu

20 = p - 25, per tant, p = 45€

Càlcul:

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)}$$

Q=CF/P-CV=25.000.000/45-25=**1.250.000 unitats** (pneumàtics per a vehicles industrials)**.**

Viabilitat econòmica:

El punt mort es situaria en 1.250.000 **pneumàtics per a vehicles industrials,** per sota la capacitat màxima de l'empresa i aquesta **seria viable econòmicament.**

5.2.

[0,8 punts]

Si canvia el punt mort i puja el preu de venda, els nous costos variables unitaris serien:

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)}$$

1.500.000 = 25.000.000/(50 - Cvu)

Per tant:

Cvu = 33,33€

Marge de contribució = 50 - 33,33 = 16,66€

5.3

[0,4 punts]

A llarg termini, una reducció del punt mort es podria aconseguir:

a) reduint els costos fixos,

b) incrementant el preu de venda del producte, o

c) reduint els costos variables unitari.

5.4.

[0,5 punts]

MATRIU DAFO	
Fortaleses de l'empresa	*Debilitats de l'empresa*
c) d) f) j)	a) g)
Oportunitats de l'entorn	*Amenaces de l'entorn*
e) i)	b) h)

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

Exercici 5 [2,5 punts en total]

5.1.

[1,5 punts]

Total Costos Fixes = 25.000 + 35.000 + 10.000 + 6.000 + 20.000 + 4.000 = **100.000 euros**
Total Costos Variables = 24.000 + 15.000 + 14.000 + 7.000 = **60.000 euros;**
Costos Variables Unitaris = 60.000 euros / 15.000 kg fong Xiitaque = **4 euros/kg**

Càlcul del punt mort:

PUNT MORT (q) = 100.000 / (12 – 4) = 12.500 kg de fong Xiitaque

Interpretació:

L'empresa començarà a obtenir beneficis a partir d'una producció de 12.500 Kgrms de fong de Xiitaque. Si no arriba a aquesta producció llavors obtindrà pèrdues.

5.2.

[0,5 punts]

Beneficis= Ingressos totals – Costos totals

B=IT-CT=p*q- (CVunitari*q + CF)

Benefici = 20.000*12 – (4*20.000 + 100.000) = 240.000-180.000 = **60.000 euros/any.**

5.3.

[0,5 punts]

Finalment, la quantitat a produir al preu de 12 Euros / kg per obtenir un Benefici empresarial de 20.000 Euros/any, es calcularà de la següent manera:

20.000 = q * · 12 - (4 * q + 100.000) = 8 *· q - 100.000
8 *q = 20.000 + 100.000 = 120.000
q = 120.000 / 8 = **15.000 kg / any**

7. PAU 2021 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5

5.1.

[1 punt]

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

Costos fixos: 30.000 euros

Costos variables: 14.000 euros

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

Preu de venda: 200 euros/unitat.

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

Punt mort = 30.000 / 200 – 140 = 500 unitats.

Interpretació:

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

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

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

B = (700 x 200) – (700 x 140) - 30.000 = **12.000 euros**

5.2.

[0,8 punts]

Costos fixos: 30.000 euros

Costos variables: 14.000 euros

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

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

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

400 = 30.000 / (preu de venda unitari -140)

Preu unitari del producte = 86.000/400 = 215 euros

5.3.

[0,7 punts]

Costos fixos: 30.000 euros

Costos variables: 14.000 euros

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

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

Benefici = ingressos per vendes - costos totals = 18.000 euros

18.000 = 700 x P - (140 x 700) - 30.000

18.000 = 700 x P – 98.000 – 30.000

18.000 = 700 x P – 128.000

128.000 + 18.000 = 700P

146.000 = 700 x P

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

8. PAU 2021 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4

Exercici 4

4.1.

[1,5 punts]

Debilitats de l'empresa	Fortaleses de l'empresa
- Tenen una experiència nul·la en gestió d'empreses. - Els seus productes tenen uns preus elevats. - No tenen cap pla d'empresa.	- Tenen recursos financers suficients per a l'obertura del negoci i el fons de maniobra inicial. - Tenen coneixements tècnics de programació informàtica.
Amenaces de l'entorn	**Oportunitats de l'entorn**
- Les comissions dels distribuïdors d'aplicacions són elevades. - Hi ha molta rivalitat en el sector de les aplicacions informàtiques.	- El mercat de les aplicacions està en constant creixement. - Hi ha ajudes públiques disponibles per nous negocis. - Hi ha una unitat de suport a l'emprenedoria a la universitat.

4.2.

[1 punt]

Característiques	Forma jurídica
Tributa per IRPF i la responsabilitat del soci és il·limitada.	Empresari individual
El capital social mínim són 60.000€ i tributa per l'impost de societats.	Societat anònima
El nombre de socis depèn del seu grau, el capital social està fixat als estatuts i la responsabilitat està limitada al capital aportat.	Societat cooperativa
Té un mínim d'un soci, un capital social de 3.000€, i la responsabilitat està limitada al capital aportat.	Societat de Responsabilitat Limitada

9. PAU 2021 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5

Exercici 5

5.1.

[1 punt]

CF total = 250.000 + 1.500.000 + (4.000.000/8) = 2.250.000€

CV unitari = 0,64 + 0,56 = 1,2€

Per tant:

Q = CFtotal/P-CVunitari = 2.250.000/1,5-1,2 =7.500.000

El punt mort es situaria en 7.500.000 mascaretes per sobre la capacitat màxima anual de l'empresa i aquesta **NO seria viable econòmicament.**

5.2.

[0,5 punts]

B = IT - CT= P x Q-(CF + CVunitari x Q) = (1,5 x 7.000.000) - (2.250.000 + 1,2 x 7.000.000) = -150.000**€.**

Tindria pèrdues per import de 150.000€

5.3.

[0,5 punts]

B = IT – CT = 200.000 = P x 7.000.000 - (2.250.000 + 1,2 x 7.000.000)

Per tant:

P = 1,55 euros.

5.4.

[0,5 punts]

Les variables del màrqueting mix són: producte, preu, promoció i distribució.

La campanya publicitària a les xarxes entraria dins: **la promoció.**

---

10. PAU 2021 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5

Exercici 5

5.1.

[1 punt]

Costos Fixos = 60.000 + 45.500 + 1.500 + 1.000 + 12.000 = **120.000 euros**

Costos Variables = 70.000 + 20.000 + 24.000 + 16.000 + 20.000 = **150.000 euros**

… al ser els Costos Variables corresponents a la producció de 1.000 unitats de producte, el Cost Variable Unitari o Mitjà serà:

CVMe = 150.000 / 1.000 = 150 euros/Unitat de producte

Per tant, la **FUNCIO DE COSTOS** serà: **CT (q) = 150 · q + 120.000**

PUNT MORT o El llindar de rendibilitat es calcularà:

Xm = CF / (px - CVMe) = 120.000 / (350 - 150) = **600 unitats de producte.**

Si l'empresa produeix i ven 600 unitats el seu benefici serà igual a zero. Si ven més de 600 unitats obtindrà beneficis i menys de 600 unitats pèrdues.

5.2.

[0.75 punts]

Per la quantitat de producte de 1.000 unitats, produïda actualment, el benefici serà:

B = 1.000 x 350 - (150 x 1.000) - 120.000 = 80.000 euros

La **quantitat de producte necessària** per a generar un **Benefici de 40.000 euros**, al preu de 350 euros/unitat de producte, serà:

B = 40.000 = 350 · q - 150 · q - 120.000 = (350 - 150) · q - 120.000

q = 160.000 / 200 = 800 unitats de producte

5.3.

[0.75 punts]

En aquest darrer apartat de l'exercici farem un plantejament similar a l'apartat anterior, aplicant la fórmula del Benefici:

B = 40.000 = p x 1.000 - 150x 1.000 - 120.000 = p x 1.000 - 270.000

p = 310.000 / 1.000 = 310 euros/unitat de producte

---

11. PAU 2020 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Calculeu el punt mort anual del negoci d'en Lluís. És viable econòmicament? Raoneu la resposta.
[1 punt]

Per a valorar la viabilitat econòmica, calculem primer el punt mort per a la situació de l'empresa:

X = CF / (p - CVu) = (300.000 + 120.000 + 600.000) / (3 - 0.8) = 463.636,36 unitats

Com que la capacitat màxima de la companyia és de 400.000 xumets, l'empresa **no serà viable** econòmicament. Per a ser-ho, caldria poder fabricar i vendre un mínim de 463.636.36, la qual cosa no és possible.

5.2. Quin seria el benefici (o pèrdua) de l'empresa si el nivell de producció fos el màxim, és a dir, 400.000 unitats?
[0,75 punts]

Si el nivell de producció i venda és el màxim de 400.000 unitats:

Benefici = Ingressos – Costos = x · p - (CF + x · CVu) = 400.000 · 3 - (1.020.000 + 400.000 · 0,8) =

Benefici = -140.000€

Al nivell de producció màxima, l'empresa tindrà unes pèrdues de 140.000€

5.3. Si una disminució en el preu de les matèries primeres fes baixar el cost variable unitari fins als 40 cèntims, canviaria la viabilitat econòmica de l'empresa? Justifiqueu la resposta.
[0,75 punts]

Si redueixen els CVu i passen a ser de 0,40€ el nou punt mort baixaria a:

X = CF / (p - CVu) = (300.000 + 120.000 + 600.000) / (3 - 0.4) = 392.307,69 unitats

Per tant, ara l'empresa sí seria viable econòmicament, ja que aconsegueix el punt mort amb una capacitat productiva viable per a l'empresa (inferior a 400.000 unitats que és la màxima possible).

12. PAU 2020 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5

La societat cooperativa Bonaapp es dedica a la investigació i venda de diverses aplicacions per a dispositius mòbils, amb els costos següents:

- Lloguer fix anual del local: 30.000 €.
- Cost fix anual dels socis treballadors de l'empresa: 250.000 €.
- Cost fix total per la compra dels ordinadors al llarg de cinc anys: 80.000 €.
- Comissió de distribució de les aplicacions: 0,2 € la unitat.

El preu unitari de cada descàrrega és d'1 €.

5.1. Calculeu el marge de contribució unitari per descàrrega de les aplicacions que comercialitza la cooperativa.

[0,6 punts]

- El preu unitari de cada descàrrega és d'1 €.
- Comissió de distribució de les aplicacions = 0,2 € la unitat.

Càlcul:

Marge de contribució = (p unitari - CVu) = 1- 0,2 **= 0,8 €**

5.2. Calculeu el punt mort, és a dir, quantes descàrregues anuals seran necessàries perquè l'empresa pugui començar a tenir beneficis. Interpreteu el resultat obtingut.

[0,6 punts]

Càlcul:

Q = CF/ (p unitari - Cvu) = 30.000 + 250.000 + (80.000/5) / 1 - 0,2 = **370.000 descàrregues anuals.**

Interpretació:

Si a l'empresa es produeixen 370.000 descàrregues anuals, el seu benefici serà igual a zero. Si hi ha més de 370.000 descàrregues anuals, obtindrà beneficis i menys pèrdues.

5.3. Si el nombre de descàrregues anual fos d'1.000.000, quin benefici o pèrdua tindria la cooperativa?

[0,6 punts]

Si q = 1.000.000

B=IT-CT=p*q-(CF+CV*q) = 1*1.000.000-(296.000 + 0,2*1.000.000) = 1.000.000 - 496.000 = **504.000 €**

5.4. Digueu quin és l'objectiu principal de les cooperatives, quina responsabilitat tenen els socis davant els deutes de la societat i quin és el nombre mínim de socis que han de tenir les cooperatives de primer i segon grau.

[0,7 punts]

L'objectiu principal de les cooperatives és satisfer l'interès comú dels socis.

Els socis tindran **responsabilitat limitada** en el capital aportat a la cooperativa.

El nombre mínim de socis que han de tenir les cooperatives de **primer grau: mínim 3,** i de **segon grau: mínim 2.**

13. PAU 2020 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Calculeu el punt mort de les dues opcions. Interpreteu els resultats obtinguts.
[1 punt]

Càlcul:

Opció manual:

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{18000}{25 - 5} = 900 \text{ unitats}$$

Opció automatitzada

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{24200}{25 - 3} = 1100 \text{ unitats}$$

Interpretació dels resultats obtinguts:

En les dos opcions el punt mort és inferior a les vendes previstes, per tant, en les dos opcions obtindria benefici. Amb la primera opció necessitaria 900 unitats per arribar al punt mort, mentre que amb la segona opció necessitaria 1.100 unitats.

5.2. Calculeu els beneficis que s'obtindrien amb l'opció automatitzada si les vendes fossin de 1.500 unitats.
[1 punt]

Costos total= Costos variables + costos fixos➔ (1.500 x 3) + 24.200 = 28.700€

Ingressos = 1500 x 25 = 37.500€

Beneficis= Ingressos – Costos= 37.500-28.700 = 8.800€.

5.3. Si ara amb l'opció automatitzada es volgués obtenir un benefici de 16.000 €, produint i venent 1.650 unitats i amb un cost variable unitari de 3,21 €/unitat, a quin preu s'hauria de vendre cada unitat del producte?
[0,5 punts]

Beneficis = 16.000 €

Costos total= Costos variables + costos fixos➔ (1.650 x 3,21) + 24.200 = 29.496,5€

Ingressos = 1.650 x p

Beneficis= Ingressos – Costos➔ 16.000 = 1.650p – 29.496,5

P= 27,57€/unitat

Hauria de pujar el preu inicial de 25 a 27,57€/unitat.

Exercici 5

En Joan és un jove emprenedor que vol obrir una benzinera de baix cost a prop de la frontera amb França per a aprofitar la gran diferència de preus que hi ha actualment entre els carburants francesos i els espanyols. Ja fa anys que és el gerent d'una benzinera de la zona i té uns diners estalviats, tot i que pressuposa que no seran suficients per a la inversió inicial. En Joan vol ubicar la benzinera en un entorn molt comercial per a aprofitar el flux de turistes i pretén obrir-la ben aviat perquè té por que un canvi legislatiu compliqui l'obtenció dels permisos necessaris per a l'obertura del negoci.

5.1. A partir d'aquest enunciat, elaboreu l'anàlisi DAFO de la idea de negoci d'en Joan.
[1,20 punts]

Debilitats de l'empresa -Poc capital inicial	**Amenaces de l'entorn** -Entorn canvi legislatiu
Fortaleses de l'empresa -Situació en zona comercial i a prop de la frontera francesa. -*Know-how* del sector (té experiència en el sector)	**Oportunitats de l'entorn** -Gran diferencial de preus amb els carburants francesos. -Entorn molt comercial i podrà aprofitar el flux de turistes existents.

No resten els ítems mal col·locats.

5.2. Del pla de negoci que en Joan ha enviat als bancs per a obtenir finançament per a la seva empresa inclou diverses idees. Quin és el tipus de viabilitat empresarial adient per a cada idea? No cal que justifiqueu les respostes.
[0,80 punts]

Idees	Tipus de viabilitat
Les vendes de carburant es pressuposen un èxit a curt termini	Comercial
El període mitjà de pagament als proveïdors permetrà un fons de maniobra elevat.	Financera
Es pressuposa que la constitució de la societat es podrà fer sense problemes.	Legal
Els elevats costos fixos poden complicar la generació de beneficis.	Econòmica

15. PAU 2019 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Tenint en compte les dades de l'enunciat i el fet que el preu de venda unitari és de 3,5 € per ampolla de 750 cc, calculeu el punt mort d'aquesta empresa i interpreteu el resultat obtingut. (0,75 punts).

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{25300}{3{,}5 - 1{,}2} = 11.000 \text{ ampolles}$$

Aquesta empresa haurà de produir i vendre 11.000 ampolles i, per a aquest nombre d'ampolles, el seu benefici serà zero. Si ven més de 11.000 ampolles obtindrà beneficis i en cas contrari obtindrà pèrdues.

5.2. De la collita del primer any han obtingut 9.000 litres de vi, que han envasat i venut totalment, tal com havien previst.

Tenint en compte aquest 9.000 litres de vi:

a) Calculeu el nombre d'ampolles de 0,75 litres que han pogut omplir. (0,25 punts).

$$\frac{9000l}{0{,}75l/ampolla} = 12.000 \text{ ampolles}$$

b) Calculeu quins han estat els costos totals i els ingressos totals del negoci. A continuació indiqueu, mitjançant el càlcul del benefici, si han guanyat o perdut diners (tenint present la dada obtinguda en el subapartat anterior i les de l'enunciat). (0,50 punts).

Costos totals = costos variables + costos fixos ➔ 12.000 ampolles x 1,2 = 14.400 € + 25.300 € = 39.700 €

Ingressos totals = 12.000 x 3,5 = 42.000 €

Beneficis = ingressos – costos= 42.000 – 39.700 = 2.300 €. **Han guanyat diners.**

5.3. Per al segon any, en Marc i la Núria esperen que els costos fixos s'incrementin un 10% i els costos variables unitaris es dupliquin (i, per tant, passin d' 1,2 €/unitat a 2,4 €/unitat).

a) Suposant que aquest segon any, per a obtenir un benefici igual a zero, només podran produir i vendre 10.000 ampolles, calculeu a quin preu hauran de vendre les ampolles, de manera que no perdin ni guanyin diners. (0,25 punts).

Costos fixos totals ➔ 25.300 x 10% = 2.530 ➔ 25.300 + 2.530 = 27.830 €
Costos variables unitari ➔ 1,2 x 2 = 2,4 €/unitat

$$PM = \frac{CF}{(p - Cv)} = \frac{27830}{p - 2{,}4} = 10.000 \text{ ampolles.}$$

Preu = 5,18 €/unitat

b) El valor obtingut en el subapartat anterior és superior o inferior al preu de mercat? Per quin motiu penseu que hi ha aquesta diferència de preu? (0,25 punts).

El preu és 5,18 €/unitat. Superior al preu de mercat (5,0 €/unitat).
Motiu: al disminuir el volum de vendes, han d'augmentar el preu.

16. PAU 2019 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Calculeu el punt mort de les roses vermelles i interpreteu el resultat obtingut.
[0,5 punts]

Punt MORT de les roses vermelles = CF / (p-Cvu) = 105 unitats

Caldrà vendre un mínim de 105 roses per tal d'obtenir beneficis. Si venen més de 105 roses obtindran beneficis i menys incorreran en pèrdues.

5.2. Si són 20 alumnes implicats en el projecte i cada un vol obtenir com a mínim 40 € de benefici individual, quantes roses vermelles hauran de vendre?
[0,75 punts]

Si volen aconseguir un Benefici de 800€ (20 alumnes x 40 €):

$B = IT - CT = x \cdot p - CF - x \cdot CVu = x \cdot (p - CVu) - CF$

$800 = x \cdot (4 - 0,8) - 336$

Per tant, **X = 355 unitats**

5.3. Els alumnes es plantegen, en un moment determinat, si és millor vendre roses vermelles o roses blaves.
a) Tenint en compte les dades de l'enunciat, calculeu el benefici total que s'obtindria amb la venda de 150 roses vermelles.
[0,25 punts]

Amb les roses vermelles:

Total Costos fixos de les roses vermelles:		
Llicència venda al carrer	300	€
Estovalles taules	25	€
Cubs roses	11	€
Total Costos Fixos:	**336**	**€**
Costos variables unitaris de les roses vermelles:		
Preu adquisició roses	0,6	€/unitat
Cel·lofana per a embolicar	0,08	€/unitat
Llaços	0,12	€/unitat
Total Costos Variables unitaris:	**0,8**	**€/unitat**
Preu de venda unitari roses vermelles	**4**	**€/unitat**

Per tant: **Benefici de la venda de 150 roses vermelles = 150 * 4 – 336 – 150 * 0,8 = 144€**

b) Calculeu el benefici total que s'obtindria amb la venda de 150 roses blaves i, tot seguit, el punt mort de les roses blaves. Per fer-ho, considereu que el preu de venda de les roses blaves és de 5 € per unitat i tingueu en compte les dades que mostra la taula següent, relativa als costos variables unitaris de les roses blaves:

Costos variables unitaris (roses blaves)	
— Preu d'adquisició de les roses	**0,60 €/unitat**
— Paper de cel·lofana per a embolicar	**0,08 €/unitat**
— Llaços	**0,12 €/unitat**
— Pintura blava	**0,20 €/unitat**

El total de costos fixos de les roses blaves és el mateix que el de les roses vermelles. [0,3 punts]

Amb les roses blaves:

Total Costos fixos:		
Llicència venda al carrer	300	€
Estovalles taules	25	€
Cubs roses	11	€
Total Costos Fixos:	**336**	**€**
Costos variables unitaris de les roses blaves:		
Preu adquisició roses	0,6	€/unitat
Cel·lofana per a embolicar	0,08	€/unitat
Llaços	0,12	€/unitat
Pintura	0,2	€/unitat
Total Costos Variables unitaris:	**1,0**	**€/unitat**
Preu de venda unitari roses blaves	**5**	**€/unitat**

Per tant:

Benefici de la venda de 150 roses blaves = 150 * 5 – 336 – 150 * 1 = 264€

Punt MORT de les roses blaves = CF / (p-Cvu) = 84 unitats.

c) Comparant tant els beneficis com els punts morts obtinguts al llarg de l'exercici, responeu a la pregunta següent: què seria més avantatjós, vendre 150 roses vermelles o 150 de blaves? Raoneu la resposta.
[0,2 punts]

Resum de totes les dades obtingudes en els apartats anteriors:
Benefici de la venda de 150 roses vermelles = 150 * 4 – 336 – 150 * 0,8 = 144€

Benefici de la venda de 150 roses blaves = 150 * 5 – 336 – 150 * 1 = 264€

Punt MORT de les roses vermelles = CF / (p-Cvu) = 105 unitats

Punt MORT de les roses blaves = CF / (p-Cvu) = 84 unitats

Surt més a compte vendre 150 roses blaves.

17. PAU 2018 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5

5.1.
Per a calcular els costos variables unitaris:
Costos totals = Costos fixos + Costos variables = CF + x · CVu
44 € = 20 € + CVu x 12 llibretes
CVu = 2 €/unitat.

O bé:
50 € = 20 + CVu x 15 llibretes
CVu = 2 €/unitat.

Preu de venda unitari:
IT amb 12 llibretes venudes = 72 euros = 12 · p
P = 6 €/unitat.

Punt mort:
Xpm = CF/(p – Cvu) = 20/(6 – 2) = 20/4 = 5 unitats/dia

Benefici el dissabte que va vendre 12 llibretes = IT – CT = 72 € – 44 € = 28 €/dia
Benefici el dissabte que va vendre 15 llibretes = IT – CT = 15 x 6 – 50 € = 40 €/dia

5.2.
Per tal de fer baixar el punt mort, una empresa té tres possibilitats:
- ✓ Reduir els costos fixos.
- ✓ Reduir els costos variables unitaris.
- ✓ Augmentar el preu de venda unitari.

La baixada del punt mort és interessant per a una empresa, ja que aquest punt representa el nombre d'unitats fabricades i venudes a partir del qual es poden obtenir beneficis, de manera que com més baix sigui, millor.

5.3.

FORTALESES	OPORTUNITATS
✓ 2. Una empresa paperera en liquidació li ha regalat molt material per a elaborar carpetes. ✓ 5. Ha estat finalista del Premi Artesana de l'Any de l'associació de comerços de la seva ciutat, fet que li donarà prestigi i visibilitat. ✓ 8. Té registrats els dissenys de les llibretes. ✓ 9. Acaba de fer un curs per a aprendre una nova tècnica d'estampació en cartró que li serà molt útil per a crear nous dissenys.	✓ 1. Ha detectat un increment de la demanda de productes fets a mà. ✓ 6. L'Administració local ofereix suport a dones emprenedores.
DEBILITATS	**AMENACES**
✓ 3. No té prou coneixements empresarials per a gestionar el creixement del negoci. ✓ 7. Una inundació en el magatzem, com a conseqüència de les últimes pluges, ha fet malbé algunes de les llibretes que tenia en estoc.	✓ 4. Hi ha molta competència en aquest sector. ✓ 10. Es preveu una pujada important en el preu d'una de les matèries primeres principals que fa servir.

18. PAU 2018 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

19. PAU 2018 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

20. PAU 2017 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5

Exercici 5

5.1 [0,5 punts]

Preu de venda unitari = p = 90 €/persona
CF = 2.200 € + 900 + 500 + 1.200 = 4.800 €
CVu = 32 + 10 = 42 €/persona
PMuf = 4.800 / (90 – 42) = 100 persones

Aquest punt es denomina punt mort (en unitats físiques), punt d'equilibri o llindar de rendibilitat.

5.2. [0,6 punts]

Com que 70 és un valor inferior al punt mort, l'empresa tindria pèrdues. Concretament:
B = (P-CVu)*Q – CF = (90-42)*70 – 4.800 = -1.440 €
L'empresa hauria de fer front a unes pèrdues de 1.440 €.

En canvi, si es produïssin 150 inscripcions, valor per sobre del punt mort, l'empresa obtindria beneficis. Concretament:
B = (P-CVu)*Q – CF = (90-42)*150 – 4.800 = 2.400 €

5.3. [0,5 punts]

Ara, amb el nou ponent, els costos fixos seran superiors:
CF = 4800 + 600 = 5.400 €
CVu = 42 €/persona
p = 90 €
PMuf = 5.400 / (90-42) = 112,5 persones → 113 persones

5.4. [0,4 punts]

a) Fortalesa
b) Oportunitat
c) Debilitat
d) Oportunitat

21. PAU 2017 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5

5.

La viabilitat econòmica de l'empresa s'estudiarà amb l'anàlisi del punt mort.
Punt Mort = Costos fixos / (Preu – Costos variables unitaris)

Amb les dades facilitades per l'enunciat:

-Costos Fixos:
Amortització del vaixell al llarg de la seva vida útil: 3.000.000/10 = 300.000 €/any
Per tant:
Costos fixos anuals = 300.000 €/any

-Marge de contribució = 60% de 20€ = 12 €/viatge
Marge de contribució = Costos variables – Preu de venda unitari
Per tant:
Costos variables unitaris = 8 €/viatge

- Punt Mort = Costos fixos / (Preu – Costos variables unitaris)
Per tant:
Punt Mort = 300.000 / (20 - 8) = 25.000 passatges

En ser la capacitat màxima de 50.000 passatges anuals, l'empresa serà econòmicament viable.

5.2

Benefici anual = Ingressos totals anuals – Costos totals anuals
Benefici anual = Ingressos totals anuals – Costos fixos anuals – Costos variables anuals
B = 20 €/viatge * 50.000 passatgers/any - (300.000 €/any + 8 €/viatge * 50.000 passatgers/any) = 300.000 €/any

5.3

Ara els costos fixos anuals hauran pujat en 200.000€.
Per tant, els nous costos fixos seran: CF = 300.000 + 200.000= 500.000 €

Si el marge de contribució continua sent del 60% del preu de venda (0.6p), amb els passatges de l'any anterior, el nou preu haurà de ser:

PM = CF / (p – CV*)
25.000 = 500.000 / (marge de contribució)
Per tant::
25.000 = 500.000/ 0,6p

Aïllant el valor del preu de venda unitari: p = 33,33 €/passatge

5.4

Els continguts que podrien formar un pla d'empresa són:
- Breu presentació del projecte,
- Estudi de mercat,
- Pla de màrqueting,
- Pla operatiu,
- Pla econòmic i financer,
- Conclusions.

22. PAU 2017 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5

Exercici 5

5.1.

DEBILITATS	AMENACES
(6) L'empresa té un grau d'endeutament elevat.	(1) Existeixen empreses competidores consolidades. (5) Hi ha hagut una reducció continuada dels ajuts de l'Administració que rep el sector.
FORTALESES	**OPORTUNITATS**
(2) Equip emprenedor amb molta experiència en el sector. (4) L'empresa té prou capacitat per a distribuir els seus productes en el mercat internacional. (7) L'empresa disposa d'una tecnologia que li permet fabricar a baix cost. (8) L'empresa té patentada aquesta tecnologia de fabricació a baix cost.	(3) Actualment, els pares i mares valoren cada cop més que els seus fills vagin vestits a la moda.

5.2.

a)

CF = 5.500 €

p = 700 €

CVu = 150 €

Punt mort: PMuf = CF / (P-CVu) = 5.500 € / (700 – 150) = 10 comandes

b)

CF = 5.500 €

p = 700 €

CVu = 200 €

PMuf = 5.500 € / (700-200) = 11 comandes

c)

Els inconvenients poden ser:

- Responsabilitat il·limitada.
- A partir de cert volum de beneficis, el tipus impositiu pot ser més elevat que el d'una SL.

Els avantatges poden ser:

- Senzillesa en els tràmits per a iniciar l'activitat.
- No requereix capital mínim.
- Simplicitat en les obligacions formals.

23. PAU 2016 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5

5.1.

CF = 20.000 €/any

p = 30 €/unitat

CVu = 10 €/unitat

Volum de producció i venda en el punt mort:

PMuf = CF / (p - CVu) = 20.000 / (30 - 10) = 1.000 pitets

Aquest valor es coneix com a *punt mort, punt d'equilibri, llindar de rendibilitat* o *llindar de benefici*.
És el volum de producció i venda a partir del qual l'empresa comença a obtenir beneficis.

5.2.

IT = Q * P = 1.000 pitets * 30 € = 30.000 €

En el punt mort, el volum d'ingressos és igual al volum de costos totals:

CT = CF + CVu * Q = 20.000 € + 10 * 1.000 = 30.000 €

5.3.

B = IT – CT = P * Q – [CF + Q * CVu]

B = 30 * 1.800 – 20.000 – 1.800 * 10 = 16.000 €

5.4.

B = Q (P - CVu) – CF

16.000 = Q (30 - 15) – 20.000 €

Q = 2.400 €

24. PAU 2016 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5

Costos Fixos (CF) =	300.000	€/any
Costos Variables lot =	45.000	€/lot
Lot de fabricació =	1.500.000	ampolles
Costos Variables unitaris (CVu) =	0.03	€/ampolla
Preu de venda unitari (p) =	0.07	€/ampolla

5.1.
Calculem el CVu, que serà el Cost Variable total dividit pel lot de producció. Per tant 45.000/1.500.000 = 0.03 o 3 cèntims d'euro.
Punt mort PM = CF / (p - CVu) = 300.000 / (0.07 - 0.03) = 7.500.000 ampolles
Aquest resultat vol dir que si l'empresa ven per sobre de les 7.500.000 ampolles aconseguirà beneficis, mentre que si no arriba a produir i vendre aquesta xifra incorrerà en pèrdues.
Marge de contribució p - CVu = 0.07 - 0.03 = 0.04 €/ampolla
Aquest valor indica que cada ampolla venuda per sobre del punt mort (de 7.500.000 unitats) contribuirà en 0.04 € a la formació de benefici.

5.2.
La producció i venda de 15.000.000 d'unitats, al estar per sobre del punt mort (de 7.500.000), permetrà a l'empresa obtenir beneficis. Per tant, des d'un punt de vista econòmic, serà convenient obrir la nova línia de negoci.

5.3.
Benefici anual = IT - CT = p x q - (CF + CV x q) = 0.07 x 15.000.000 - (300.000 + 0.03 x 15.000.000) = 300.000 €.
L'empresa aconseguiria uns beneficis de 300.000 €/any

5.4.
Si el preu (p) ha de ser el doble que el cost variable unitari (CVu): p = 2CVu
Plantegem l'equació de càlcul del punt mort:
12.000.000 = 300.000 / (2CVu – CVu)
Resolent:
CVu = 0.025 €/ampolla
p = 2CVu = 2*0.025 = 0.05 €/ampolla

5.5.
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...). Cal tenir en compte que, en determinades circumstàncies, pot ser complicat obtenir finançament aliè. Per exemple, durant la crisi financera que es va produir a mitjan 2008, les entitats financeres van restringir les condicions de crèdit i van reduir els préstecs a les empreses. Això impossibilita la creació i el desenvolupament de nous negocis.

Exercici 5

5.1.
Hem de calcular el volum de producció i venda en el punt mort:
CF = 550 € (lloguer) + 100 € (subministraments) + 50 € (amortització mensual estris de treball) = 700 €/mes
CV* = 2 €/m tela
p = 37 €/cinturó

Xpm = CF / (p-CV*) = 700 / (37-2) = 20 cinturons/mes

5.2.
Si la Carla vengués 35 cinturons en un mes, es trobaria per sobre del punt mort, i per tant, obtindria beneficis.

Benefici = IT – CT = 35 x 37 – 700 – 35 x 2 = 525 €/mes.

5.3.
L'esperit emprenedor és una manera de pensar i actuar relacionada amb la cerca d'oportunitats de negoci i amb la generació i desenvolupament de projectes i iniciatives, el resultat del qual és la creació, millora, realització o renovació de valor econòmic, i també social, per a tots els grups d'interès que hi estan vinculats.

5.4.
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.

26. PAU 2015 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Una empresa que ofereix serveis d'assessoria empresarial vol valorar la seva situació actual per tal de plantejar possibles alternatives futures d'actuació.
Després de diverses reunions d'anàlisi, la direcció té clar que l'empresa i el sector d'activitat tenen les característiques següents:

1. Política de personal adequada, amb la implantació recent d'un sistema de retribució per objectius.
2. Detecció de noves necessitats dels clients que poden fer augmentar la cartera de productes a oferir.
3. Bona imatge en els consumidors.
4. Forta tradició i bon saber fer guanyats a partir de l'experiència i el temps.
5. Cartera de productes i serveis limitada.
6. Clientela consolidada i diversificada en el sector de les petites i mitjanes empreses.
7. Creixement lent del mercat.
8. Poder de negociació creixent dels clients.
9. Instal·lacions molt ben situades.
10. Taxa d'endeutament elevada.
11. Eliminació de barreres en mercats exteriors atractius.
12. Endarreriment en recerca i desenvolupament.
13. Possibilitat d'entrada, a curt termini, de nous competidors amb costos més baixos.
14. Possibilitat d'entrada a nous mercats o segments.
15. Possibilitat d'entrada com a consellers independents de petites i mitjanes empreses, la qual cosa aportaria sinergies i reforçaria els vincles ja existents amb els clients.
16. Existència d'un procés de concentració del sector que obliga a diferenciar-se contínuament de la competència actual i potencial.
17. Existència del compromís per part del Govern d'estudiar la implantació de nous serveis amb un valor afegit suficient per al sector.
18. Se sospita que algun client pot ser partícip d'un escàndol o frau financer o comptable, la qual cosa (si es confirmés) implicaria una imatge negativa del sector d'activitat.
19. Es disposa de gestors amb una formació adequada.
20. Es produeixen ingressos extraordinaris amb el lloguer d'algunes de les sales de reunions de les instal·lacions de l'empresa.

A partir d'aquestes informacions sobre l'empresa, elaboreu la matriu DAFO que permetrà a la direcció prendre les decisions oportunes amb vista al futur.
[1 punt]

5.2. En Carles és el promotor d'una empresa petita que es dedica a la producció i la venda de cadires de fusta per a infants, fetes a mà. Per tal de cobrir els costos totals, en Carles estima que l'empresa ha de produir i vendre 600 cadires al llarg de l'any.

A. Des del punt de vista de la viabilitat econòmica de l'empresa, com es coneix aquest volum de producció i venda? Què passaria si en un any l'empresa produís i vengués 582 cadires?
[0,50 punts]

B. Si els costos fixos de l'empresa són de 15.000 €/any i els costos variables unitaris són de 15 €, quin és el preu de venda de cada cadira? Què passaria si l'empresa incrementés el preu de cada cadira?
[0,5 punts]

SOLUCIÓ:

5.1.

Anàlisi interna	Fortaleses 1 3 4 6 9 19 20	Debilitats 5 10 12
Anàlisi externa	Oportunitats 2 11 14 15 17	Amenaces 7 8 13 16 18

5.2. A

Aquest volum de producció i venda es coneix com a punt mort, punt d'equilibri, llindar de rendibilitat o llindar de benefici. En aquest punt, els ingressos totals i els costos totals són iguals. L'empresa obté beneficis sempre que vengui per sobre d'aquest llindar.

Per tant, si l'empresa vengués 582 cadires recauria en pèrdues.

5.2. B

Xpm = CF / (p-CV*)
600 cadires = 15.000 € / (p-15 €)
Preu de cada cadira = 40 €

Si l'empresa incrementés el preu de cada cadira, en principi, el punt d'equilibri es veuria reduït. Però, al mateix temps, podria succeir que aquest increment del preu reduís les vendes més enllà del desitjable.

27. PAU 2015 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5

Exercici 5

5.1. Un petit empresari industrial que es dedica a la reparació d'electrodomèstics a domicili estima que té uns costos fixos de 1.800 euros mensuals. Cada hora facturada de reparació té un cost variable mitjà de 10 euros i el client la paga a 40 euros.

A. Quantes hores de feina necessita facturar mensualment per a cobrir despeses?
[0,25 punts]

B. Quin serà el resultat obtingut en un mes que facturi 50 hores?
[0,25 punts]

C. A més dels equips de què ja disposa, necessita comprar una màquina nova que té un cost de 7.500 euros. Quantes hores de feina anuals necessitarà per arribar al punt mort si la vol amortitzar en un any?
[0,25 punts]

D. Si augmenta el preu del servei al client a 50 euros per hora (ja que disposarà de la màquina nova, que és més eficient), quin serà el benefici anual si aconsegueix facturar 1.000 hores en un any?
[0,25 punts]

A. Llindar de la rendibilitat = Costos fixos / (Preu venda unitari – Cost variable unitari)
=
= 1.800 /(40-10) = 60 hores/mes

B. Resultat $_{50\ hores}$ = Preu venda unitari * nre. hores – Cost fix –Cost variable unitari * nre. hores =
= 50*40 –1.800 – 50*10= -300 euros/mes
Com que el resultat és negatiu, si en un mes es factura 50 hores, tindrà pèrdues.

C. Llindar de la rendibilitat = Costos fixos / (Preu venda unitari – Cost variable unitari)
=
= (1.800 x 12 + 7.500) /(40-10) = 970 hores/any

D. Benefici = Preu venda unitari * nre. hores – Cost fix –Cost variable unitari * nre. hores =

= 50*1.000 –1.800 x 12 – 7.500 – 10 x 1.000 = 10.900 euros/any

5.2. L'empresa Munditex, SL es dedica al disseny, la producció, la distribució i la venda de roba per a joves i el preu de venda dels seus productes és excel·lent. S'està plantejant el llançament d'una campanya publicitària, però vol fer abans una anàlisi comercial per a valorar els punts forts i els punts febles de l'empresa en aquests moments. Classifiqueu convenientment els factors següents relatius a aquesta empresa utilitzant l'anàlisi DAFO.
[1 punt]

- ✓ Falta d'exclusivitat, ja que tothom vesteix la seva marca.
- ✓ Possibilitat de nous clients en el canal de venda en línia.
- ✓ Rumors de possibles pujades futures de l'IVA.

- ✓ La tecnologia de producció té una productivitat elevada.
- ✓ Poca visibilitat, ja que no fa publicitat.
- ✓ És líder mundial de distribució minorista en roba de dona.
- ✓ Entrada d'un nou competidor en el mercat de roba esportiva en el mateix segment de mercat.
- ✓ Els clients de mitjana edat estan començant a acceptar els seus productes.
- ✓ El personal de l'empresa és molt competent i eficient.
- ✓ L'empresa està molt ben organitzada i gestionada des de la direcció.

ANÀLISI INTERNA	FORTALESES: ✓ És líder mundial de distribució minorista en roba de dona. ✓ La tecnologia de producció té una elevada productivitat. ✓ El personal de l'empresa és molt competent i eficient. ✓ L'empresa està molt ben organitzada i gestionada des de la direcció.	DEBILITATS: ✓ Falta d'exclusivitat, ja que tothom vesteix la seva marca. ✓ Poca visibilitat, ja que no fa publicitat.
ANÀLISI EXTERNA	OPORTUNITATS: ✓ Possibilitat de nous clients en el canal de venda en línia. ✓ Els clients de mitjana edat estan començant a acceptar els seus productes.	AMENACES: ✓ Rumors de possibles pujades futures de l'IVA. ✓ Entrada d'un nou competidor en el mercat de roba esportiva per al mateix segment de mercat.

Exercici 4

4.1. Un company de l'institut que va posar en marxa una empresa de noves tecnologies web vol analitzar la seva empresa.

Per portar a terme aquesta anàlisi ha fet una pluja d'idees amb els treballadors, els proveïdors i alguns clients sobre la situació de l'empresa, en la qual han sortit els aspectes següents:

— La crisi econòmica en l'àmbit europeu.
— L'empresa té molt poca competència.
— L'empresa gaudeix d'una bona imatge corporativa.
— L'empresa treballa amb una tecnologia obsoleta respecte a la que hi ha actualment en el mercat.
— La possibilitat d'entrar en nous mercats emergents.
— L'estructura financera és robusta i està ben triada.
— El clima de treball és molt tens a causa de diversos malentesos.
— Les habilitats del personal són excel·lents.
— La previsió d'un canvi molt significatiu en la regulació normativa del negoci en l'àmbit nacional implicarà més burocràcia.
— La pressió sindical cada cop és més forta i més exigent.
— La poca disponibilitat de recursos comercials pel fet de ser una empresa petita.
— La tendència a un augment de l'interès dels consumidors per les noves tecnologies web que apunten alguns estudis de mercat.

Confeccioneu la matriu DAFO d'aquesta empresa per tal de donar un cop de mà a l'antic company d'institut.
[1,5 punts]

4.2. Expliqueu breument què és el punt mort (o llindar de rendibilitat) i expresseu de manera gràfica com es determina.
[0,5 punts]

SOLUCIÓ:

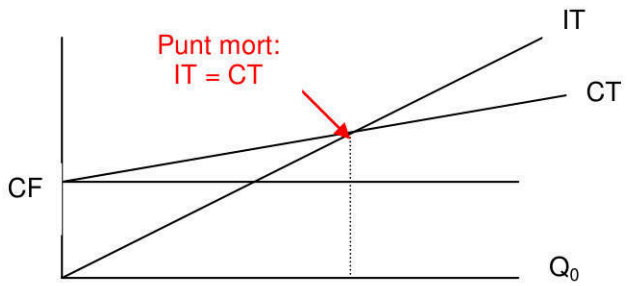
4.1.

FORTALESES	DEBILITATS	
Bona imatge corporativa Estructura financera Habilitats del personal	Tecnologia obsoleta Clima de treball Recursos comercial	INTERN
OPORTUNITATS	**AMENACES**	
Poca competència Nous mercats emergents Major interès dels consumidors	Crisi econòmica Regulació normativa Pressió sindical	EXTERN

4.2.
El punt mort, llindar de rendibilitat, llindar de benefici o punt d'equilibri és el volum d'operacions (volum de producció i venda) que fa que els ingressos totals coincideixin amb els costos totals. En aquest punt, l'empresa cobreix la totalitat dels costos fixos i el costos variables fins a aquell volum d'operacions.

S'anomena també llindar de rendibilitat o de benefici perquè a partir d'aquest punt l'empresa comença a tenir beneficis.

La representació gràfica seria la següent:



Exercici 5

5.1.

Interessa més la forma jurídica de l'empresari individual quan el risc patrimonial associat a la iniciativa emprenedora sigui baix, és a dir, quan el capital que calgui invertir no sigui alt i el nivell d'endeutament necessari per al negoci tampoc. A més, quan els beneficis esperats tributin per sota del percentatge que tributarien en el cas d'una societat.

També es podria contestar:
- ✓ En el cas de negocis que requereixen inversions petites i baix nivell d'endeutament.
- ✓ En el cas de negocis dels quals esperem beneficis no gaire alts.

5.2.

a)

El punt mort o llindar de rendibilitat s'aconsegueix quan el ingressos totals s'igualen als costos totals:

$IT = CT$
$IT = CF + CV$
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$
$p \cdot X_{PM} - CV^* \cdot X_{PM} = CF$
$X_{PM} \cdot (p - CV^*) = CF$
$X_{PM} = CF / (p - CV^*)$

En el cas de l'exercici:
CF = Costos Fixos = 45.000 €/any
P = Preu de venda unitari= 25 €/unitat
CV* = Costos Variables unitaris = 12 + 3 = 15 €/unitat
X_{PM} = Volum de producció i venda en el Punt Mort

$X_{PM} = CF / (p - CV^*) = 45.000 / (25 - 15) = 4.500$ llibres

L'empresa aconsegueix el punt mort en vendre 4.500 novel·les.

Si el punt mort és el nombre d'unitats físiques que cal produir i vendre per a començar a tenir beneficis i el volum de producció i venda està per sota d'aquest valor, això implica que l'empresa no pot tenir beneficis. L'empresa estarà en una situació de pèrdues.

b)

Si es venen 7.500 llibres en un any:

Benefici = Ingressos totals – Costos totals
$B = IT - CT = IT - CF - CV = X \cdot p - CF - X \cdot CV^*$
$B = 7.500 \cdot 25 - 45.000 - 7.500 \cdot 15 = 30.000$ €/any

c)

- ✓ Si es redueixen els costos fixos, el punt mort també disminueix. Per tant, el volum de producció i venda necessari per a obtenir beneficis és més baix i s'aconseguirà obtenir beneficis abans. És una situació desitjable.
- ✓ Si es redueixen els costos variables unitaris, el punt mort també disminueix. Per tant, el volum de producció i venda necessari per a obtenir beneficis és més baix i s'aconseguirà obtenir beneficis abans. És una situació desitjable.
- ✓ Si s'augmenta el preu de venda unitari, el punt mort també disminueix. Per tant, el volum de producció i venda necessari per a obtenir beneficis és més baix i s'aconseguirà obtenir beneficis abans.

De totes maneres, malgrat que també aquesta última sembla una situació desitjable per a l'empresa, el fet d'augmentar el preu de venda pot fer disminuir la demanda i que les vendes anuals esperades siguin menors. Per tant, sempre serà millor la reducció de costos que l'augment del preu de venda.

30. PAU 2014 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5
5.1.

FACTORS INTERNS	**Fortaleses**	**Debilitats**
	✓ Disponibilitat vinyes en sòl apte per a bones collites. ✓ Disponibilitat de recursos econòmics.	✓ Coneixements tècnics insuficients. ✓ Poca experiència.
FACTORS EXTERNS	**Oportunitats**	**Amenaces**
	✓ Mercat en creixement. ✓ Mercat valorat i reconegut.	✓ Cada cop més cellers familiars. ✓ Accés difícil a recursos financers aliens.

5.2.
Amortització: 120.000 / 10 = 12.000 €/any
CF: 12.000 + 8.000= 20.000 €/any

CV: 9 €/ampolla de vi
PV: 15 €/ampolla de vi

X_{PM} = CF / (p - CV)
X_{PM} = **20.000** / **(15 – 9)** = **3.333,3 ampolles de vi**

L'empresa ha de vendre 3.334 ampolles de vi anualment per tal que el negoci comenci a generar beneficis, o dit d'altra manera, perquè els costos totals siguin iguals als ingressos totals.

Amb aquestes dades podem afirmar que en Joan assolirà el llindar de rendibilitat, ja que les ampolles de vi que ha previst vendre (4.000 ampolles/any) el superen.

El benefici que podrà obtenir serà:

B = IT – CT = 4.000 x 15 – 20.000 – 4.000 x 9 = 4.000 €/any

31. PAU 2014 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 5

Exercici 5

a)

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.

Caldria que en Quico Pedra dediqués un temps a elaborar un pla d'empresa per tal de poder avaluar, en primer lloc, si la seva intuïció és certa; en segon lloc, si existeix una oportunitat de negoci en el sector de la reparació de les màquines d'escriure, i, per últim, si té capacitat suficient per portar endavant l'empresa, o, en canvi, està totalment equivocat.

b)

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…

c)

Una forma jurídica molt recomanable seria la Societat Limitada. Les característiques són les següents: mínim 1 soci, mínim de 3.000 € de capital social, responsabilitat dels socis limitada al capital aportat, i actualment amb la possibilitat d'acollir-se bé a la societat limitada de formació successiva, bé a la societat limitada nova empresa.

O també, si cerquessin un altre soci, seria interessant la forma cooperativa, pel recolzament que, des de les administracions, està tenint aquesta forma societària; o bé podrien adoptar una societat civil o una societat col·lectiva, però, en aquests casos, la responsabilitat és il·limitada.

d)

Punt mort, punt d'equilibri o llindar de rendibilitat.
PMuf = (375 € + 50 €) / (1,5 €) = 283 novel·les de butxaca mensuals aprox.

e)
Amb les dades que es tenen a l'abast podríem concloure, a priori, que, de la manera que s'ha presentat el negoci, es tracta d'una opció una mica arriscada, ja que vendre 283 novel·les de butxaca mensuals significa vendre unes 12 novel·les diàries.

Caldria saber on està ubicat el local que està valorant la Mariona, el potencial de gent que hi passa, el volum de gent afeccionada a aquest mercat, si el preu que ha proposat és adequat, entre molts altres aspectes.

Potser, si bé el sector pot resultar molt interessant, podria reformular-se la idea i valorar i analitzar altres alternatives i models de negoci: llibreria en línia, venda ambulant...

32. PAU 2013 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 4

Exercici 4 (Bloc 3: 2 punts)

El juliol del 2008 apareixia la notícia següent en un mitjà de comunicació:

En els darrers vint-i-cinc anys, Barcelona s'ha posicionat com una de les capitals mundials del disseny. En aquest sentit, per afavorir aquest sector estratègic per a la ciutat, a la zona del districte de la innovació de la ciutat, el 22@Barcelona, s'està desenvolupant el denominat *clúster disseny*. Es tracta d'un clúster d'excel·lència i innovació amb projecció internacional, ubicat a la ciutat, amb l'objectiu de dinamitzar el teixit empresarial amb actuacions intersectorials i intrasectorials amb els diferents agents, i reforçar internacionalment la marca Barcelona en l'àmbit del disseny i la innovació.

Actualment, la zona del 22@Barcelona ja compta amb la presència d'empreses de serveis com les localitzades a Palo Alto (Estudi Mariscal, Morera Design, ADD + Arquitectura, Alex Gasca+Train01, Duch Claramunt, Fernando Salas Studio, GEC-UOC Grup, Laiguana, Pasarela, Puresang o Sans Visual Studio), o Ruiz+Company, Torres & Torres, Estudi Arola o G-Star Raw; la Universitat Oberta de Catalunya, la Universitat Pompeu Fabra i la BAU-Escola Superior de Disseny; o el Centre Tecnològic Leitat, entre d'altres.

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

4.1. Què s'entén per clúster? Enumereu-ne tres característiques principals.
[0,75 punts]

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):

- Concentració geogràfica de l'activitat econòmica.
- Especialització en un sector econòmic concret.
- Efecte "taca d'oli", atès que la seva activitat beneficia a tota la regió.
- Triple hèlix: sistema administració-universitat-empresa.
- 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.

4.2. Considereu que els clústers afavoreixen la localització o la deslocalització de l'activitat empresarial? Justifiqueu la vostra resposta.
[0,75 punts]

Afavoreixen la localització perquè, en general, permeten: aprofitar el mercat de treball local, accedir fàcilment als mercats de clients i proveïdors, disposar d'ajuts i infraestructures, estar a prop de les matèries primeres, disposar de transports, aprofitar espais generadors de negocis, accedir a serveis d'R+D...

En canvi, la deslocalització fa que una de les fases del procés de producció, o tot el procés, es situï fora de l'espai tradicional on està primerament localitzada una unitat de producció. Normalment, la deslocalització es produeix per raons d'abaratiment de costos laborals, o per incentius fiscals o financers, la qual cosa comporta la instal·lació de fases productives a països menys desenvolupats . En aquest cas, el text no fa menció d'aquests aspectes.

4.3. Enumereu cinc factors determinants a l'hora de decidir la localització d'una empresa.
[0,5 punts]

Poden ser cinc dels següents:

- la demanda del mercat,
- disponibilitat de les fonts de subministrament (per exemple, l'aprovisionament de matèries primeres o altres subministraments bàsics),
- accés al mercat de treball,
- bones comunicacions i mitjans de transport,
- disponibilitat de sòl,
- legislació,
- accés a recursos financers,
- predisposició de les administracions,
- perspectives de desenvolupament econòmic del territori.

33. PAU 2013 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)

Una jove emprenedora estudia la possibilitat de llogar un local petit per a distribuir productes làctics. En un principi, només vendria iogurts de granja naturals i desnatats d'alta qualitat. El preu de venda de cada iogurt és de 0,55 € i l'ingrés mensual previst de la venda dels iogurts és de 3.000 €.

Els costos mensuals estimats estan recollits en la taula següent.

Despeses de personal	800 €/mes
Despeses de manteniment	200 €/mes
Subministraments bàsics fixos (aigua, llum, etc)	200 €/mes
Lloguer del local	400 €/mes
Costos d'adquisició dels iogurts al granger	0,20 €/iogurt

5.1. Segons l'anàlisi de la viabilitat econòmica, quin és el llindar de benefici (o punt mort) d'aquest possible negoci de distribució de iogurts tenint en compte que preveu vendre'n també a escoles, restaurants i clubs d'esport? A partir del resultat obtingut, animaríeu a aquesta emprenedora a engegar el negoci?
[0,75 punts]

El llindar de benefici és el punt en què el ingressos totals coincideixen amb els costos totals:

$IT=CT= CV+ CF$

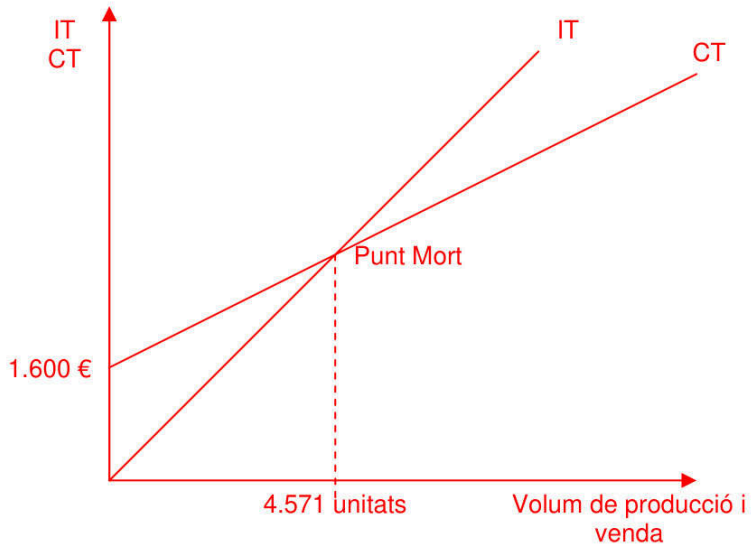
$IT= p \cdot q$
$CT= CF+CV$
Costos fixos= 800+200+200+400= 1.600 €/mes
Cost variable unitari= 0,20 €/iogurt
Preu unitari=0,55 €/iogurt

$$\text{Unitats venudes del llindar de benefici} = \frac{\text{Costos fixos}}{\text{Preu - Cost Variable unitari}}$$

= 1.600 / (0,55 – 0,20) = 4.571,43 iogurts/mes

Si l'empresa arriba al llindar de benefici, aquesta no tindria pèrdues, però tampoc tindria guanys. Es podria dir que s'animaria a aquesta emprenedora a posar en marxa el projecte sempre i quan estimés vendre una quantitat per sobre de les 4.571 unitats mensuals.

5.2. Representeu gràficament el resultat del punt mort de l'apartat anterior.
[0,5 punts]



5.3. Calculeu quin benefici obtindria aquesta nova empresa amb vista a si a l'estiu, gràcies a una campanya de l'ajuntament per a afavorir una vida sana i una dieta saludable, hi hagués un increment de les vendes d'un 10%. Justifiqueu la resposta.
[0,75 punts]

Els ingressos previstos per a un mes són 3.000€. Per tant, es vendrien $\frac{3.000}{0,55} = 5.454,54 \text{ iogurts}$, és a dir, uns 5.455 iogurts al mes. Podem constatar que l'empresa vendria per damunt del seu llindar de benefici o punt mort.

Si s'augmentessin un 10% les vendes, es passaria a vendre 6.000 iogurts.

El benefici que s'obtindria seria:

Ingressos totals = 0,55 · 6.000 = 3.300 €/mes
Costos totals = 0,20 · 6.000 + 1.600 = 2.800 €/mes
Benefici = Ingressos totals – Costos totals = 3.300 € – 2.800 € = 500 €/mes

34. PAU 2013 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)

5.1. L'Oriol i la Joana són dos germans emprenedors que volen iniciar un negoci familiar d'elaboració de formatges (del qual ja tenen certa experiència) per poder sortir de l'atur, guanyar diners i ser independents. Indiqueu el tipus de forma jurídica més adient per a aquest negoci tenint en compte les circumstàncies següents:

- Només poden aportar 3.500 euros entre tots dos.
- No volen respondre dels possibles deutes que generi l'empresa amb el pis on viuen.
- No volen que entrin nous socis a l'empresa.
- Volen garantir que, després d'un temps, l'Oriol sigui el soci únic de l'empresa.

Justifiqueu la resposta per a cadascuna de les quatre circumstàncies de l'enunciat.
[1 punt]

La forma jurídica més adient per a aquest negoci és la societat de responsabilitat limitada.

- ✓ El capital mínim és per a formar aquesta societat és de 3.000 euros, per la qual cosa els 3.500 euros que poden aportar els germans són suficients.
- ✓ La responsabilitat està limitada a les aportacions, per tan no arrisquen el pis en el que viuen.
- ✓ En la transmissió de les participacions tenen preferència els socis. Per tant es difícil que entrin nous socis.
- ✓ La societat de responsabilitat limitada pot ser unipersonal. No hi hauria cap inconvenient per a que l'Oriol acabi sent l´únic soci de la companyia.

5.2. Al millor amic de l'Oriol també li agradaria engegar un negoci. Voldria obrir un hotel rural aprofitant que disposa d'una masia familiar ubicada en un paratge excepcional de la Costa Brava i tenint en compte les dades següents:

- ✓ Cost d'adquisició dels actius necessaris per a la posada en marxa del negoci (amb una vida útil estimada de deu anys): 60.000 €
- ✓ Costos fixos anuals: 24.000 €/any, entre els que s'inclouen els costos de personal, els subministraments, la publicitat i el manteniment.
- ✓ Costos variables: 30 €/habitació
- ✓ Vol fixar un preu per a l'habitació de 150 € la nit.

a) Determineu quin és el llindar de rendibilitat (o punt mort) d'aquest negoci i interpreteu-ne el resultat.
[0,5 punts]

Amortització: 60.000 / 10 = 6.000 €/any
CF: 24.000 + 6.000 = 30.000 €/any

CV*: 30 €/habitació
PV: 150 €/habitació

X_{PM} = CF / (p - CV)
X_{PM} = 30.000 / (150 – 30) = **250 habitacions**

L'empresa ha d'ocupar un mínim de 250 nits d'habitacions en un any per tal que el negoci generi beneficis.

b) Quin hauria de ser el nivell d'ocupació anual de l'hotel (nombre de nits ocupades) per tal d'aconseguir un benefici anual de 60.000 euros?
[0,5 punts]

Per a que els beneficis siguin de 60.000 euros:
$B = IT - CT = p \cdot X - CF - CV^* \cdot X = X (p - CV^*) - CF$
$60.000 = X (150 - 30) - 30.000$
$X = 90.000 / (150-30) =$ **750 habitacions**

35. PAU 2013 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 5

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)

5.1. En Pere Brunet vol convertir en hotel la masia rústica que ha heretat de la família. Això li comportarà uns costos fixos de 60.000 € anuals i uns costos variables unitaris de 25 € per cada servei diari d'habitació.

a) Si vol obtenir el punt mort (o llindar de rendibilitat) en mil serveis anuals, quin ha de ser el preu de venda unitari de cada servei diari d'habitació? Interpreteu el resultat.
[0,5 punts]

En el punt mort:
Ingressos Totals – Costos Totals = 0
IT – CT = 0
IT = Costos Fixos + Costos Variables
IT = CF + CV
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$

Preu de venda unitari = p ???
Costos Fixos = CF = 60.000 €/any
Costos Variables unitaris = CV* = 25 € / servei d'habitació
X_{PM} = Volum de producció i venda en el punt mort = 1.000 serveis d'habitació/any

$p \cdot 1.000 = 60.000 + 25 \cdot 1.000$
$p = (60.000 + 25 \cdot 1.000) / 1.000 = 85$ €/servei d'habitació
El preu de venda mínim de l'habitació serà de 85 €. En aquest cas, aconseguiria el punt mort al ocupar 1.000 habitacions. Per sobre d'aquesta quantitat, les habitacions que es reservin i ocupin per sobre de 1.000 ja contribuiran a la formació de benefici per a l'hotel.

b) Amb un preu de venda unitari de 100 € per a cada servei diari d'habitació, a partir de quants dies d'habitacions ocupades obtindrà beneficis l'hotel?
[0,5 punts]

Amb un preu de venda de 100 €/servei d'habitació:
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$
$100 \cdot X_{PM} = 60.000 + 25 \cdot X_{PM}$

$X_{PM} = 60.000 / (100 – 25) = 800$ serveis d'habitació
Començarà a obtenir beneficis a partir d'una ocupació de 800 habitacions.

5.2. En Joan Petit i dos amics de la infància van crear una societat limitada dedicada a la cria de cargols. Cadascun va fer una aportació de 1.200 €. A causa d'una malaltia provinent del sud-est asiàtic, molts cargols han deixat de criar, motiu pel qual la producció ha baixat notablement i l'empresa ha acumulat un deute de 6.000 €. En Joan Petit està preocupat perquè no sap què li poden reclamar els creditors. De quin import del deute és responsable?
[0,5 punts]

La forma societària adoptada va ser la societat limitada. Per tant, la responsabilitat queda limitada a l'import de l'aportació de cada un dels socis. En aquest cas, encara que teòricament li correspondria una tercera part del deute, o sigui 2.000 € (6.000/3), en Joan només seria responsable de l'import de la seva aportació, per tant: 1.200 €.

5.3. Enumereu i expliqueu breument dos aspectes que cal tenir en compte a l'hora d'escollir una determinada forma jurídica per a una empresa.
[0,5 punts]

Poden ser dos dels següents criteris:

- **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.

36. PAU 2012 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 5

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)

XERINOLA és una empresa que abans d'iniciar el seu negoci té previst analitzar la seva viabilitat econòmica. La seva activitat es basarà en l'organització d'espectacles infantils per a cases de colònies. L'empresa ha estimat que per començar a obtenir beneficis, és a dir, per cobrir els costos totals ha de fer 225 espectacles. En aquest cas, preveu obtenir uns ingressos totals de 225.000€.

a) Des d'un punt de vista de viabilitat econòmica, com s'anomena i què representa fer 225 espectacles?
[0,25 punts]

b) Si XERINOLA preveu uns costos fixos de 90.000€. Calculeu el cost variable que suposen els 225 espectacles, el cost variable d'un espectacle i el preu de venda que haurà de tenir cada espectacle.
[0,75 punts]

c) Calculeu si fent 145 espectacles anuals, l'empresa XERINOLA obtindrà un resultat superior a zero.
[0,75 punts]

d) Tenint en compte que aquesta empresa ha decidit que la seva forma jurídica sigui una cooperativa, quin ha de ser el capital mínim per a la seva constitució?.
[0,25 punts]

Solució:
a) Des d'un punt de vista de viabilitat econòmica, com s'anomena i què representa fer 225 espectacles?

Fer 225 espectacles significa que es el volum d'espectacles a partir del qual l'empresa comença a obtenir beneficis. El punt mort o llindar de benefici és el punt en el qual s'igualen els ingressos totals amb els costos totals. Per tant, fer 225 espectacles és arribar al punt mort. En aquest punt l'empresa no guanya però tampoc perd. Amb els ingressos que genera cobreix tots els costos. Si l'empresa fa més de 225 espectacles aconseguirà obtenir guanys, beneficis superiors a 0.

b) Si XERINOLA té uns costos fixos de 90.000€. Calculeu el cost variable que suposen 225 espectacles, el cost variable d'un espectacle i el preu de venda que haurà de tenir cada espectacle.

Tenint present que quan fa 225 espectacles, arriba al punt mort. En aquest cas, els ingressos totals coincideixen amb els costos totals. Per tant, si els IT són 225.000€, els CT també ho seran.

INGRESSOS = COSTOS TOTALS

COSTOS TOTALS = COSTOS FIXOS + COSTOS VARIABLES
CT = CF + CV

225.000 = 90.000 + CV
CV = 225.000 – 90.000 = 135.000€

Cost variable unitari = Cost variable total/nombre espectacles= 135.000 / 225 = 600€

Preu de venda unitari = Ingressos totals / espectacles venuts = 225.000/ 225 =1.000€

c) Calculeu si fent 145 espectacles anuals, l'empresa XERINOLA obtindrà un resultat superior a zero.

No, obtindrà un resultat negatiu atès que no haurà aconseguit arribar al llindar de benefici o punt mort.
Ingressos totals = preu x quantitat = 1000 x145= 145.000€
Costos Totals = 90.000 + 600x145=177.000€
Benefici = 145.000 -177.000 = -32.000€

Una altra manera d'expressar-ho:
Benefici = 145 x (1000-600) – 90.000 = -32.000€

d) Tenint en compte que aquesta empresa ha decidit que la seva forma jurídica sigui una cooperativa, indiqueu quin és el capital mínim per a la seva constitució.

Per a la constitució d'una cooperativa no es requereix un capital mínim.

37. PAU 2012 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)

La Negra, S.L. és una nova empresa que vol dedicar-se a l'edició de llibres en l'àmbit de la novel·la negra. Ha estimat uns costos fixos anuals per a aquest negoci de 15.000 €, uns costos variables unitaris de producció de 15 € per llibre editat i uns costos variables unitaris de comercialització de 2 € per llibre. L'empresa té la intenció de vendre els llibres a un preu unitari de 22 €.

a) Calculeu i interpreteu el punt mort (o llindar de rendibilitat) de l'empresa La Negra,S.L.
[0,5 punts]

b) Si l'estimació de les vendes anuals és de 5.000 llibres, quins beneficis obtindrà l'empresa?
[0,5 punts]

c) Si l'empresa fa una campanya publicitària amb un cost de 2.000 €, com afectarà el punt mort de l'empresa? Interpreteu el resultat.
[0,5 punts]

d) Com afectaria una empresa el fet de tenir un volum de producció i venda per sota del punt mort?
[0,5 punts]

a) El punt mort o llindar de rendibilitat s'aconsegueix quan el ingressos totals s'igualen als costos totals:

$IT = CT$
$IT = CF + CV$
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$
$p \cdot X_{PM} - CV^* \cdot X_{PM} = CF$
$X_{PM} \cdot (p - CV^*) = CF$
$X_{PM} = CF / (p - CV^*)$

En el cas de l'exercici:
CF = Costos Fixos = 15.000 €/any
P = Preu de venda unitari= 22 €/unitat
CV^* = Costos Variables unitaris = 15 + 2 = 17 €/unitat
X_{PM} = Volum de producció i venda en el Punt Mort

$X_{PM} = CF / (p - CV^*) = 15.000 / (22 - 17) = 3.000$ llibres

La Negra, S.L. aconsegueix el punt mort en vendre 3.000 llibres.

b) Si es venen 5.000 llibres:

Benefici = Ingressos totals – Costos totals
$B = IT - CT = IT - CF - CV = X \cdot p - CF - X \cdot CV^*$
$B = 5.000 \cdot 22 - 15.000 - 5.000 \cdot 17 = 10.000$ €/any

c) Si l'empresa fa una campanya publicitària amb un cost de 2.000 €, el costos fixos augmentaran a:

CF = 17.000 €/any

I el punt mort serà ara:
$X_{PM} = CF / (p - CV^*) = 17.000 / (22 - 17) = 3.400$ llibres

Com que els costos fixos s'han incrementat, ara costa més aconseguir uns ingressos que puguin igualar els costos totals (el punt mort és més alt, cal vendre més llibres).

d) Si el punt mort és el nombre d'unitats físiques que cal produir i vendre per a començar a tenir beneficis i el volum de producció i venda està per sota d'aquest valor, això implica que l'empresa no pot tenir beneficis. L'empresa estarà en una situació de pèrdues.

38. PAU 2012 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)
MENVAIGDEFESTA, SL és una empresa que es dedica a vendre entrades d'espectacles teatrals amateurs que es programen a la ciutat de Reus. Té contractades dues persones (la Marta i la Mercè) per fer-se càrrec de totes les tasques; cada una d'elles rep un salari fix de 15.000 € anuals.

Si bé MENVAIGDEFESTA distribueix les entrades directament a la taquilla dels teatres, l'empresa disposa d'una oficina, per la qual paga un lloguer de 4.600 € anuals (fixos), i 1.625 € anuals (fixos) en concepte de subministraments (llum, aigua, banda ampla, telèfon, etc.).

La impressió i disseny de les entrades les encarreguen a un proveïdor que els cobra un preu simbòlic de 0,50 € per entrada.

El preu de venda al públic de les entrades, que MENVAIGDEFESTA promociona a través d'internet, és de 12 €/entrada.

a) Quin és el punt mort de MENVAIGDEFESTA, SL? Si cada any aquesta empresa ven al voltant de 5.000 entrades, l'empresa és viable econòmicament? Per què? En cas afirmatiu, quin benefici obtindria?
[0,75 punts]

b) MENVAIGDEFESTA, SL és una societat limitada. Comenta dues característiques que presenta qualsevol societat limitada. Quina altra forma jurídica proposaries a MENVAIGDEFESTA en cas que es prioritzés l'assumpció limitada de risc?
[0,75 punts]

c) Quines són les variables del màrqueting mix MENVAIGDEFESTA, SL?
[0,5 punts]

Solució:
a) Quin és el punt mort de MENVAIGDEFESTA, SL? Si cada any aquesta empresa ven al voltant de 5.000 entrades, l'empresa és viable econòmicament? Per què? En cas afirmatiu, quin benefici obtindria?
[0,75 punts]

CF anuals = 15.000 € + 15.000 € + 4.600 € + 1.625 € = 36.225 €
CV*= 0,50 €
Preu = 12 €
Marge de contribució = (12-0,50)= 11,50 €
Xpm= CF / marge de contribució = 36.225/11,50 = 3.150 entrades

Atès que l'empresa ven per sobre del seu punt mort, MENVAIGDEFESTA és viable econòmicament.

Benefici = 5.000 entrades*(12-0,50) – 36.225 € = 21.275 €.
El benefici que obtindria és de 21.275 €.

b) MENVAIGDEFESTA, SL és una societat limitada. Comenta dues característiques que presenta qualsevol societat limitada. Quina altra forma jurídica proposaries a MENVAIGDEFESTA en cas que es prioritzés l'assumpció limitada de risc?

Característiques de la societat limitada, per exemple:
Capital mínim 3.000 €
Responsabilitat limitada
Mínim 1 soci

Formes jurídiques recomanables:
Cooperativa o societat anònima.

c) Quines són les variables del màrqueting mix de MENVAIGDEFESTA, SL?

Producte: entrades d'espectacles amateurs a Reus
Preu: 12 €
Distribució: taquilla (directament al comprador)
Comunicació: Internet (canals en línia)

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

OPCIÓ B

Exercici 2 (Bloc 4: 1 punt)
2.1. Quina és la finalitat de l'anàlisi DAFO? Descriu-ne els elements.
[0,5 punts]

És l'anàlisi que identifica, per una banda, les fortaleses i les debilitats internes de l'empresa i per l'altra banda, les amenaces i les oportunitats externes de la companyia.

La finalitat d'aquesta tècnica és definir les estratègies més convenients per a l'empresa. Aquest anàlisi es pot aplicar a les empreses, a les administracions públiques o a les persones.

Els elements de la matriu DAFO són:
- Debilitats: Limitacions que no permeten que l'empresa faci front a les amenaces o no aprofiti una oportunitat. Àmbit intern.
- Amenaces: Factors externs que posen en perill l'empresa.
- Fortaleses: Factors interns que fan possible que una empresa aprofiti una oportunitat o faci front a una amenaça.
- Oportunitats: Factors externs que si son aprofitats per l'empresa lo poden donar avantatges o beneficis.

2.2. Elaboreu l'anàlisi DAFO corresponent a la idea de negoci d'una botiga especialitzada en jocs d'ordinador i d'Internet.
[0,5 punts]

La resposta per part de l'alumne és oberta. Però un exemple podria ser:

Factors interns:
- Debilitats: És necessària una actualització contínua en les versions dels jocs i en les novetats, a banda de la inversió en els ordinadors de la sala de jocs.
- Fortaleses: Els coneixements tècnics i l'experiència dels promotors permeten oferir aquesta especialització.

Factors externs:
- Amenaces: ja existeix una competència indirecta per part dels cibercafés pel que fa a l'àrea de jocs.
- Oportunitats: Existeix poca competència indirecta en botigues especialitzades.

40. PAU 2011 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4 (Bloc 4: 1 punt)
Expliqueu raonadament si les afirmacions següents són certes o falses.

A. En una societat de responsabilitat limitada, el nombre mínim de socis és un, la responsabilitat està limitada al capital aportat i el capital mínim per a constituir-la és de 60.101,21 euros.
[0,25 punts]
Fals. Aquestes característiques es refereixen a la Societat Anònima. En una societat de responsabilitat limitada, el nombre mínim de socis és un, la responsabilitat està limitada al capital aportat, però el capital mínim per a constituir-la és de 3.005,06 euros.

B. En el cas d'un empresari individual, el nombre de socis és un, no hi ha capital mínim per a constituir l'empresa i la responsabilitat està limitada al capital aportat.

[0,25 punts]

Fals. L'empresari o empresària individual té una responsabilitat il·limitada davant de tercers.

C. L'esperit emprenedor és una condició necessària i suficient per a posar en marxa un negoci.
[0,25 punts]

Fals. L'esperit emprenedor és una de les condicions necessàries per tirar endavant un negoci, però no és suficient.

D. El pla de producció consisteix a planificar les principals variables del màrqueting: producte, preu, promoció i distribució.
[0,25 punts]

Fals. Aquestes quatre variables es refereixen al pla de màrqueting. El pla de producció descriu el procés de producció, els recursos materials i humans necessaris, les tecnologies adequades, els aspectes logístics (compres, trasllat de materials, magatzems necessaris), la selecció de proveïdors, etc.

41. PAU 2011 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5 (Bloc 4: 1 punt)
5.1. Quina és la finalitat del pla d'empresa o pla de negoci que es realitza en tot projecte empresarial?
[0,5 punts]

El pla de negoci és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els aspectes clau i descobrint-ne els inconvenients.
Així, el seu objectiu bàsic no es redueix únicament a analitzar fins a quin punt la idea de negoci té possibilitats d'èxit sinó que també té la funció de planificació i de crear un pont entre la situació real actual i una situació futura desitjable.
Aquesta planificació és la base sobre la que es fonamenta una correcta gestió, ja que fa possible una determinada organització, direcció i control empresarial que d'altra forma es faria quasi impossible (avantatges interns). Per altra banda, sobre la base de la planificació feta és més fàcil aconseguir recursos externs que permetin el correcte desenvolupament de l'empresa i, alhora, convèncer més fàcilment els proveïdors i els clients (avantatges externs).

Així, la finalitat del pla d'empresa és doble: serveix internament a l'emprenedor com a eina de treball i externament com a targeta de presentació del projecte.

5.2. Què entenem per esperit emprenedor?
[0,5 punts]

L'esperit emprenedor és el conjunt de valors, d'aptituds i actituds que té una persona (iniciativa, confiança en sí mateix, empenta, creativitat, lideratge, intuïció, responsabilitat, capacitat per assumir riscos, capacitat de treball i perseverança, capacitat de treball en equip, etc)., necessàries per engegar un projecte empresarial.

42. PAU 2011 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)

5.1. La Laia, la filla gran de la Montserrat Tomeu ha treballat durant quatre anys d'administradora d'una PIME, després de llicenciar-se en administració i direcció d'empreses. En canvi la Berta, la filla petita, s'ha format en enginyeria informàtica. Aquestes dues germanes volen muntar una empresa de venda de productes de decoració per a la llar, ja que, malgrat la crisi econòmica, tenen empenta per a iniciar el negoci.

a) Enumereu cinc de les principals característiques de la iniciativa emprenedora.
[0,5 punts]

b) Considereu que les dues germanes tenen aquestes característiques? Argumenteu la resposta.
[0,5 punts]

Algunes de les principals característiques dels emprenedors són:
- Iniciativa, creativitat, intuïció.
- Il·lusió, entusiasme, motivació.
- Autoestima, confiança en un mateix, decisió.
- Optimisme.
- Responsabilitat, persistència, perseverança.
- Capacitat per assumir riscos.
- Dots de lideratge.
- Facilitat per a prendre decisions.
- Capacitat de treball, constància i organització.
- Facilitat d'adaptació a situacions noves.
- Capacitat de treballar en equip.
- Habilitats socials.

Pel que es dedueix de l'enunciat de l'exercici, les dues germanes posseeixen algunes d'aquestes característiques, ja que tenen voluntat de dur a terme el projecte i tenen clar que hauran d'assumir riscos, prendre decisions, administrar l'empresa,... malgrat la crisi. A banda, cal tenir present que els coneixements acadèmics que disposen, així com l'experiència laboral d'una d'elles, són aspectes favorables en el perfil de tot emprenedor o emprenedora. No obstant això, caldrà considerar altres variables (capital, localització,...) per poder fer realitat el projecte empresarial.

5.2. La filla petita de la Montserrat Tomeu, la Berta, es planteja també la possibilitat de dedicar-se al negoci de creació de pàgines web, aprofitant els coneixements que té en informàtica. Però, està feta un embolic, perquè l'àvia Gertrudis li aconsella que es faci empresària individual i, en canvi, l'oncle Alexandre no deixa de dir-li que cal que constitueixi una societat limitada. La Berta no té cap mena d'estalvi a disposició i en aquest projecte no es vol associar amb ningú.

a) Argumenteu quina opció és la millor per a la Berta.
[0,5 punts]

b) Enumereu dos avantatges i dos inconvenients de la opció triada en l'apartat anterior.
[0,5 punts]

a) La Berta hauria de fer-se empresària individual, perquè no té capital per aportar i poder constituir una societat limitada i perquè no té cap interès en treballar amb algun altre soci.

b) Els principals avantatges i inconvenients de l'empresari o empresària individual són:
Avantatges:
- Rapidesa i senzillesa en els tràmits per a l'inici de l'activitat.
- No necessita capital mínim.
- Possibles avantatges fiscals i simplicitat en les obligacions formals.

Inconvenients:
- Responsabilitat il·limitada. S'estén a tot el patrimoni.
- Pot estar sotmès a un tipus impositiu elevat si el volum de beneficis és important, conseqüència de l'escalat de l'IRPF.
- No pot tenir socis.

43. PAU 2011 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5 (Bloc 4: 2 punts)
5.1. L'Anna, l'Helena i l'Agnès són tres amigues que han descobert un nínxol en el mercat de l'assessoria de la imatge personal. Desconeixen quina forma de societat mercantil és la més adequada a les seves circumstàncies personals i empresarials i demanen ajuda a l'Oriol, assessor jurídic i econòmic.

Les dades que aporten a l'assessor són les següents:

- Les tres amigues seran les úniques sòcies.
- Només disposen d'un total de 3.200 € per a aportar al negoci.
- L'Helena té previst anar a viure a Girona l'any 2012, per la qual cosa es vendrà les participacions que té en el capital de l'empresa. L'Anna i l'Agnès volen assegurar que podran adquirir aquestes participacions en el futur.
- Les tres amigues no volen arriscar el seu patrimoni personal en aquest projecte empresarial.

Determineu quina és la forma jurídica que creieu més recomanable per a aquest projecte empresarial. Justifiqueu la resposta per cadascuna de les dades que aporten les promotores.
[1 punt]

La recomanació és la d'una Societat de Responsabilitat Limitada (S.R.L o S.L.) per les següents raons:

- A les societats de responsabilitat limitada el número de socis es pot reduir fins i tot a 1 únic soci (societat unipersonal). Tres és possible.

- El capital social, constituït por las aportacions dels socis, no podrà ser inferior a 3.005,06 €. Poden aportar capital suficient per a una S.R.L., però no tenen suficient per a una societat anònima.

- A les societats de responsabilitat limitada quan un soci vol vendre les seves participacions ha d'oferir-les abans als altres socis. D'aquesta manera quan Elena marxi a Girona l'Anna i l'Agnès tindran preferència per adquirir les participacions de l'Elena.

- A les societats de responsabilitat limitada la responsabilitat està limitada a les aportacions que han fet de capital i no arrisquen el seu patrimoni personal.

5.2. La Laia està elaborant un pla d'empresa per al seu projecte de negoci: una botiga de productes a preu fix. Per analitzar la viabilitat econòmica de l'empresa, vol saber amb quina quantitat de vendes pot cobrir-ne els costos totals i començar a obtenir beneficis.

Si té la intenció d'establir el preu de venda unitari durant el primer any en 24 €, el doble del preu d'adquisició dels seus productes, i estima que els costos fixos són de 36.000 € anuals,

a) Quin és el punt mort (o llindar de rendibilitat) de l'empresa per al primer any d'activitat? Interpreteu-ne el resultat.
[0,5 punts]

b) Quin resultat tindria l'empresa amb unes vendes de 4.000 unitats físiques? Interpreteu el resultat.
[0,5 punts]

a)
Costos fixos: CF = 36.000 €/any
Preu de venda unitari: p = 24 €/unitat
Costos variables unitaris: CV* = 12 €/unitat

Volum de producció i venda en el punt mort:
X_{PM} = CF/(p-CV*) = 36.000 /(24-12) = 3.000 unitats.

Si l'empresa aconsegueix vendre per sobre de les 3.000 unitats, obtindrà beneficis. En cas contrari, estaria en una situació de pèrdues ja que no podria fer front als costos fixos.

b)
Resultat = IT - CT = $p*X_{PM}$ - (CF + $CV*X_{PM}$) = 24 * 4.000 - (36.000 + 12*4.000) = 12.000 €/any

Com que en aquesta situació es ven per sobre del punt mort (1.000 unitats per sobre de les 3.000 unitats del llindar de rendibilitat), l'empresa obté beneficis. Concretament, 12.000 €/any.

44. PAU 2011 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 1

Exercici 1 (Bloc 4: 2 punts; Bloc 3: 2 punts)
L'agència de viatges Lluna Llunera, vol llançar al mercat un nou paquet turístic basat en la comercialització dels primers vols i estades a la lluna. El preu unitari de venda de cada viatge serà de 10.000 €.
Les dades que coneixem d'aquesta agència de viatges són les següents:

- Costos de personal: 60.000 €/any
- Amortització econòmica: 8.000 €/any
- Publicitat: 5.000 €/any
- Altres costos fixos: 20.000 €/any
- Costos variables del paquet turístic: 8.800 € per cada unitat

a) Calculeu quants viatges anuals cal que comercialitzi l'empresa Lluna Llunera per a assolir el llindar de rendibilitat (o punt mort). Expliqueu el significat d'aquest resultat.
[0,5 punts]

b) Serà econòmicament viable aquest projecte si sabem que l'agència només podrà realitzar cinquanta viatges durant aquest primer any? Recomanaríeu a Lluna Llunera el llançament del nou paquet turístic? Raoneu les respostes.
[0,5 punts]

c) Els propietaris de Lluna Llunera creuen que l'actual tipus de societat actual d'aquesta empresa no és el més adequat. Enumereu quatre aspectes que cal tenir en compte a l'hora d'escollir una determinada forma jurídica per a una companyia i expliqueu-los breument.
[1 punt]

d) El gerent de Lluna Llunera no sap quina és la millor estratègia que ha d'adoptar per a aquesta empresa. Definiu les següents estratègies de lideratge en costos, de diferenciació i d'enfocament (o d'alta segmentació). En el cas dels viatges a la Lluna, quina estratègia és més recomanable?
[1 punt]

e) Lluna Llunera s'està plantejant canviar la ubicació de les oficines, per tal d'estar més a prop dels seus clients objectiu. Exposeu raonadament quatre factors que poden condicionar la decisió de localització d'una companyia.
[1 punt]

a) Llindar de rendibilitat:
Ingressos Totals – Costos Totals = 0
IT – CT = 0
IT = Costos Fixos + Costos Variables
IT = CF + CV
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$
$p \cdot X_{PM} = CF + CV^* \cdot X_{PM}$

Costos Fixos = CF = 60.000 + 8.000 + 5.000 + 20.000 = 93.000 €/any
Costos Variables unitaris = CV* = 8.800 € per a cada unitat
Preu de venda unitari = p = 10.000 €/unitat

$10.000 \cdot X_{PM} = 93.000 + 8.800 \cdot X_{PM}$
$10.000 \cdot X_{PM} - 8.800 \cdot X_{PM} = 93.000$
$10.000 \cdot X_{PM} - 8.800 \cdot X_{PM} = 93.000$
$1.200 \cdot X_{PM} = 93.000$
$X_{PM} = 93.000 / 1.200 =$ **77,5 viatges**

Cal que l'agència de viatges vengui un mínim de 77,5 viatges (78 arrodonint) per aconseguir el llindar de rendibilitat (que els seus costos totals s'igualin als ingressos totals) i aconseguir beneficis. És a partir d'aquesta xifra que, una vegada superats els costos fixos, cada unitat venuda contribuirà a la formació de benefici.

b) Viabilitat econòmica:
El projecte no és econòmicament viable durant aquest primer any ja que si només es poden realitzar 50 viatges és impossible assolir el llindar de rendibilitat de 78 viatges necessaris per tal de poder començar a obtenir beneficis.

Caldrà valorar si durant el segon i següents anys de venda del paquet turístic s'estima un creixement dels viatges a la lluna, per sobre de llindar de rendibilitat. En aquest cas, es podria plantejar el fet de no obtenir beneficis durant aquest primer any a canvi de poder-los aconseguir en el futur.

c) Poden ser quatre dels següents criteris:
- **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 escolllida 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.

d) Definicions dels tipus d'estratègies:

- **Estratègia de lideratge en costos**: Consisteix a fabricar un o diversos productes, o dur a terme uns serveis amb uns costos inferiors als de la competència, sense ignorar altres variables com la qualitat o el servei.

- **Estratègia de diferenciació**: Consisteix a oferir un producte o servei "únic", de manera que el consumidor el consideri diferent als que ofereix la competència, i per això estigui disposat a pagar un preu superior.

- **Estratègia d'enfocament o alta segmentació**: Consisteix a centrar-se amb exclusivitat en un segment de la línia de producte, en un grup concret de clients o en una determinada àrea geogràfica. Aquest **segment de mercat** estretament definit que els competidors bé poden passar per alt, ignorar o tenir dificultats per atendre (cas d'àrea geogràfica específica), o bé grups especialitzats de clients (com ara adolescents, metges, jubilats, entre d'altres) es denomina nínxol.

En el cas dels viatges a la lluna, l'agència de viatges adoptaria una estratègia de diferenciació. Es tracta d'oferir un producte molt diferent als que ja existeixen en el mercat, que faci que els clients vulguin pagar la diferència de preu per aconseguir la diferència.

e) Podrien ser **quatre** de les següents variables:
- ✓ Demanda del mercat: si en la zona on es vol instal·lar l'empresa hi haurà interès pel producte que es vol oferir (futurs consumidors) i si la demanda ja està coberta per empreses competidores.
- ✓ Disponibilitat de les matèries primeres necessàries en quantitat i qualitat, considerant aspectes com el cost i la facilitat d'obtenir-les (terminis de lliurament, facilitat de pagament, …).
- ✓ Accés al mercat de treball: disponibilitat dels treballadors necessaris considerant altres aspectes com el costos salarials, coneixements dels treballadors, situació social, laboral i legal, …
- ✓ Comunicacions i transport: si la zona disposa de mitjans de transport utilitzables i si és un lloc de fàcil accés per al transport en general.
- ✓ Accés als subministraments (aigua, llum, telèfon, connexions a Internet, …), considerant el seu cost i també la seva qualitat (sobre tot en casos, com l'aigua).
- ✓ Cost dels terrenys i la construcció, molt variables (especialment pel que fa referència als solars) en funció de les poblacions.
- ✓ La legislació: normativa legal fiscal (per exemple, impostos), mercantil (per exemple, quant a la creació de la societat), laboral (per exemple, en relació al grau d'associacionisme dels treballadors) o social (per exemple, la normativa mediambiental).
- ✓ Accés al mercat de capital, per tal d'obtenir els recursos econòmics necessaris i el finançament necessari per afrontar les inversions.
- ✓ Desenvolupament econòmic de la regió, ja que si aquest és positiu pot ajudar a l'empresa a tirar endavant.

45. PAU 2010 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4 (Bloc 4: 1 punt)

La Cambra de Comerç de Lleida concedeix un premi anual a les empreses més innovadores. Fruita i llaminadures, S.A., empresa productora de llaminadures de fruita dolça, té la intenció de presentar-se en la futura edició del premi atès que, des de fa un temps, estudia la possibilitat de canviar l'embolcall d'alguns dels seus productes.

a) Suggeriu a l'empresa Fruita i llaminadures, S.A. alguna idea innovadora per a que elabori un nou envàs per als seus productes que no perjudiqui el medi ambient i es pugui reciclar. De quina manera pot difondre l'empresa el seu respecte pel medi ambient a partir dels canvis en el nou envàs?
[0,5 punts]

Podria fabricar un envàs que estigués elaborat amb material per reciclar (paper, vidre, llaunes, plàstic,…). També seria important considerar el fet de no utilitzar embalatges superflus o innecessaris.

En l'etiquetatge de l'envàs l'empresa pot informar que l'envàs del producte respecta el medi ambient. Per exemple, mitjançant un logotip de producte que es pot reciclar.

b) Comenteu dos avantatges per a l'empresa derivats de la implementació de la innovació suggerida a l'apartat anterior.
[0,5 punts]

Per exemple:
Raons econòmiques: possible estalvi de costos de producció (matèries primeres, recursos energètics, …), possible estalvi de costos logístics (disminució del cost de recollida d'escombraries, reducció del cost d'eliminació de residus, ...).

Raons ecològiques: protecció del medi ambient, disminució de la contaminació, reducció de l'impacte ecològic, ... Tot això pot afectar de forma positiva la bona imatge de l'empresa.

46. PAU 2010 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4 (Bloc 4: 2 punts)

4.1. En Feliu Bonet, en Jordi Puig i en Lluís Ventura s'estan plantejant la possibilitat de fundar MÚSICA I RECORDS, S.L., segell discogràfic dedicat a la cançó popular catalana. Per això, creuen que la millor opció és constituir una societat de responsabilitat limitada amb una aportació monetària, per part de cadascun d'ells, de 900 €.
Abans d'iniciar els tràmits per constituir aquesta societat, però, els sorgeixen alguns dubtes. Raoneu si els plantejaments que es fan (i que es detallen a continuació) són correctes o no.

a) En Lluís Ventura es planteja iniciar el projecte ell sol.
[0,33 punts]

En Lluís Ventura, si ho desitja, pot muntar ell sol una Societat de responsabilitat limitada (o una Societat Limitada). La S.L. és una forma jurídica mercantil de tipus capitalista que pot estar integrada per un o més socis. La societat limitada unipersonal només té un soci.

De totes maneres, en aquest cas, hauria d'aportar un mínim de 3.005,06 € (quantitat superior als 900 € inicialment pensats), que és el capital mínim exigit per constituir una societat d'aquest tipus.

b) En Jordi Puig pensa que una aportació de 900 € no és suficient i proposa augmentar-la a 2.000 €.
[0,33 punts]

Si cadascun dels tres socis aporten una quantitat de 900 €, el capital total seria de 2.700 €. Com que per constituir una S.L. el capital mínim necessari és de 3.005,06 euros, en Jordi Puig creu correctament que l'aportació inicial de 900 € és insuficient.

En canvi, si cada soci aportés 2.000 €, aconseguirien un total de 6.000 € i sí arribarien al capital mínim exigit.

Per tant, en Jordi Puig no s'equivoca en el seu raonament.

c) En Feliu Bonet, propietari d'un apartament a la Costa Brava valorat en 250.000 €, té por de perdre aquesta propietat en cas que l'empresa faci fallida.
[0,33 punts]

Si l'empresa va malament, els socis no hauran de respondre amb el seu patrimoni personal. En una Societat Limitada, la responsabilitat es limita al capital aportat. Per tant, en Feliu Bonet no pot perdre la propietat del seu apartament a causa de l'empresa.

4.2. L'any 1922, Simeó Rabasa va obrir un petit taller de reparació i lloguer de bicicletes a Mollet, un poble proper a la ciutat de Barcelona. La petita empresa va créixer ràpidament, i l'any 1949, el senyor Rabasa va posar motor a un quadre de bicicleta creant el primer velomotor experimental. Més tard, l'any 1950 va treure al mercat un model de motocicleta anomenat DERBI (derivat de bicicleta). Des de llavors, l'empresa no va deixar de créixer i va començar la seva participació en campionats nacionals i internacionals de velocitat. Però, és al 1969 quan DERBI es situa a l'elit del motociclisme al guanyar el campionat del món.
Avui, DERBI és una multinacional amb presència a molts països i líder en el segment de ciclomotors. I tot va començar a un petit taller de bicicletes a Mollet...

A partir de la informació que facilita l'enunciat de l'exercici,
a) Assenyala les idees que sorgeixen del senyor Simeó Rabasa i que tenen a veure amb l'emprenedoria.
[0,5 punts]

La primera idea de Simeó Rabasa, gràcies al seu esperit emprenedor, és crear un negoci de reparació i lloguer de bicicletes. La segona idea és la creació del velomotor, afegint un motor a una bicicleta. La tercera és el llançament al mercat del primer model de motocicleta DERBI. I la quarta seria la participació en el Campionat del món de velocitat, ja que suposa una important forma de promoció de la marca.

b) Està segmentat el mercat en aquest sector?. En cas afirmatiu, indiqueu els criteris de segmentació més importants.
[0,5 punts]

Actualment el mercat de motocicletes està molt segmentat. Els criteris de segmentació més importants són l'edat, el sexe i el poder adquisitiu.

47. PAU 2010 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3 (Bloc 4: 2 punts)
Es coneix la següent informació relativa a un Pla d'Empresa de 3 joves emprenedores.

- Inversió inicial necessària: 25.000 €
- Capital inicial dels emprenedors: 9.000 €
- Capacitat de producció: 20.000 unitats
- Volum de producció i venda a partir del qual s'obtenen beneficis: 15.000 unitats
- Demanda potencial: 80.000 unitats
- Estimacions de vendes anuals: 14.000 unitats el primer any i 17.000 el segon. Possibilitat d'incrementar la producció un 10% al cap d'un any.
- Per poder obtenir finançament aliè els bancs els exigeixen un capital mínim del 30% de la inversió necessària per tirar endavant el negoci.

Amb aquesta informació es demana justifiqueu raonadament la viabilitat del projecte des del punt de vista:

a) Legal: quin tipus de forma jurídica seria la més adient?.
[1 punt]

Poden formar una societat limitada o una cooperativa. En qualsevol d'aquests dos casos tindrien responsabilitat limitada als 9.000 € aportats.

El capital mínim necessari per formar una societat de responsabilitat limitada és de 3.005,06 i la seva aportació inicial és superior. En el cas de la societat cooperativa, el capital mínim estaria fixat als Estatuts.

No podrien formar una societat anònima perquè el capital mínim necessari és de 60.101,21€, ni tampoc, evidentment, una empresa individual.

b) Financer.
[0,5 punts]

El projecte és viable des del punt de vista financer ja que els bancs estan disposats a aportar fins al 70% de la inversió inicial, es a dir 17.500 €, i només necessiten 16.000 € per tirar endavant el projecte.

c) Serà possible que aquesta empresa obtingui beneficis en el primer any? I en el segon?
[0,5 punts]

El primer any no assoleix el llindar de rendibilitat de 15.000 unitats, ja que les estimacions de vendes són de 14.000 unitats. Per tant, no aconseguiríem arribar a una situació de beneficis.

En el segon any sí es podrien obtenir beneficis, perquè la previsió de vendes és de 17.000 unitats. Amb aquest volum de producció i venda, es superaria la quantitat de 15.000 unitats i s'aconseguirien beneficis.

El projecte seria viable econòmicament si contempléssim un horitzó temporal de més de dos anys.

48. PAU 2010 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4 (Bloc 4: 2 punts)
La companyia ARTFIRA, amb seu a la ciutat de Tarragona, té intenció d'ampliar el negoci i muntar una altra empresa a les comarques de Barcelona. L'objectiu d'aquesta companyia és organitzar fires de productes artesanals a poblacions de més de 5.000 habitants. Altres dades relatives a l'empresa són:
Des de fa un any ARTFIRA organitza fires al sud de França.
Una empresa valenciana està desenvolupant un projecte en la mateixa línia que ARTFIRA.
L'empresa disposa de dos treballadors i només un té coneixements d'organització empresarial i de moment no es pot permetre contractar més personal.

En cas que el mercat s'ampliï a la província de Barcelona, les fires en aquest cas es situaran en poblacions ben comunicades i on hi hagi establert un sistema de transport públic adequat.

a) Elaboreu una anàlisi DAFO per a l'empresa ARTFIRA. Justifiqueu cada component d'aquesta eina amb una aportació del text de l'enunciat.
[1,5 punts]

La matriu DAFO persegueix la tria de les estratègies i les actuacions més adequades per assolir els objectius que es planteja l'empresa i ajuda a analitzar la viabilitat comercial d'un projecte empresarial. Els elements d'una matriu DAFO són: debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats.

- Debilitats: factor intern que pot limitar la bona marxa de l'empresa i la capacitat d'actuar o d'aconseguir millorar els resultats.
- Amenaces: factor de l'entorn que pot afectar la bona marxa de l'empresa, incrementar els riscos a què es veu exposada o bé a reduir-ne l'èxit.
- Fortaleses: factor intern d'una empresa que pot facilitar l'obtenció de bons resultats o esdevenir un avantatge.
- Oportunitats: factor de l'entorn que pot representar per a l'empresa un avantatge o una possibilitat perquè millori el seu funcionament, els seus resultats o els seus serveis.

A partir de les dades facilitades per l'enunciat, l'anàlisi DAFO de l'empresa ARTFIRA podria ser:

- Debilitats: Disponibilitat de dos treballadors i només un té coneixements empresarials.
- Amenaces: La competència de l'empresa valenciana.
- Fortaleses: L'interès que demostra el sud de França en quant als serveis que l'empresa ARTFIRA ofereix.
- Oportunitats: Gràcies a que les fires es situaran en poblacions ben comunicades, aquestes poden facilitar l'accés dels visitants a la fira. A més, el fet que s'hi pugui arribar amb transport públic facilita l'oferta a un gran ventall de públic interessat en aquest tipus de fires.

b) Quina forma jurídica recomanaríeu a aquesta empresa tenint en compte que la responsabilitat ha de ser limitada, no es volen incorporar socis capitalistes en un futur i no es volen constituir com a societat cooperativa?
[0,5 punts]

La forma jurídica recomanable en aquest cas seria la d'una societat de responsabilitat limitada. Així, si l'empresa no funciona correctament els socis no han de respondre il·limitadament (si cal fins i tot amb el seu patrimoni personal). En cas que no es vulgui incorporar nous socis capitalistes els estatuts poden limitar la seva entrada. Els socis tenen un total control (en les successives ampliacions) de la propietat de l'empresa i poden restringir l'entrada de nous socis no desitjats.

49. PAU 2010 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 (Bloc 4: 1 punt)
El gerent de MARQUÉS DE MOLTAVIDA, S.A., empresa dedicada a l'elaboració de vins i caves d'una coneguda regió amb denominació d'origen, vol fer una anàlisi DAFO a partir de les dades de l'informe que ha elaborat una consultora externa sobre aquesta companyia. L'informe diu el següent:

- La xarxa de distribució és petita, desorganitzada i amb zones de gran consum desateses.
- L'empresa elabora un cava rosat molt ben considerat entre els experts.
- Mala imatge del vi i del cava a causa de les últimes campanyes antialcohol fetes pel govern i canvi d'hàbits dels consumidors.
- Augment de la demanda de vins i caves en els bars de tapes i restaurants.
- L'empresa està excessivament enfocada a un segment concret de mercat, el qual deixa poc marge i tendeix a la baixa.
- La presentació dels vins i caves de l'empresa és considerada atractiva per part dels consumidors.
- L'empresa té tres grans competidors que tenen una millor posició en aquests moments.
- Els joves consumeixen poc vi i cava.
- Els preus dels caves de l'empresa són molt competitius.

Per tal d'establir els objectius de la empresa i desenvolupar les estratègies de màrqueting adequades, classifiqueu les dades de l'informe en els corresponents elements de la DAFO.
[1 punt]

Anàlisi interna:
Debilitats:
- La xarxa de distribució és petita, desorganitzada i amb zones de gran consum desateses
- L'empresa està excessivament enfocada a un segment concret de mercat, el qual deixa poc marge i tendeix a la baixa.

Oportunitats:
- Augment de la demanda de vins amb denominació d'origen en els bars de tapes i restaurants.
- Els preus dels caves de l'empresa són molt competitius.

Anàlisi externa:
Amenaces:
- Mala imatge del vi a causa de les últimes campanyes antialcohol fetes pel govern i canvi d'hàbits dels consumidors.
- L'empresa té tres grans competidors que tenen una millor posició en aquests moments.
- Els joves consumeixen poc vi i cava.

Fortaleses:
- L'empresa elabora un cava rosat molt ben considerat entre els experts.
- La presentació dels vins i caves de l'empresa és considerada atractiva per part dels consumidors.

50. PAU 2010 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5 (Bloc 4: 1 punt)
La Montserrat Casadevall vol muntar un negoci a partir de l'herència del seu avi matern, un excel·lent productor de vi, i del seu avi patern, propietari de l'editorial "El rierol". Té intenció de crear una empresa amb els béns provinents de les dues herències i es planteja obrir una botiga per vendre vins i llibres. També ha pensat que podria organitzar cursos de degustació de vins, durant els quals es podrien llegir poesies d'autors que han nascut o viscut en el lloc de procedència dels vins, … Ara es troba preparant el pla d'empresa. Aconselleu a aquesta empresària algunes idees per tal de garantir la viabilitat financera i comercial seu nou projecte empresarial.
[1 punt]

Viabilitat financera: cal valorar l'equivalència entre les inversions de l'empresa i les fonts de finançament. Per això, és interessant preparar un pla d'inversions i un pla de finançament que estiguin relacionats entre sí.

Viabilitat comercial: caldria que la Montserrat Casadevall fes un estudi de mercat i un pla de màrqueting per verificar que el seu producte (vins i llibres) tingui possibilitats reals de venda i de desenvolupament en el mercat. També es podria ajudar d'una anàlisi DAFO per detectar els factors interns (debilitats i fortaleses) i els factors externs (amenaces i oportunitats).

51. PAU 2009 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5
Quins avantatges aporta l'elaboració d'un pla d'empresa?
[2 punts]
La realització d'una pla d'empresa permet:

- Definir totes les característiques del projecte i sintetitzar la concepció del negoci i l'estratègia amb argumentacions coherents.
- Informar a totes les parts interessades: inversors potencials, entitats bancàries, organismes públics, etc.
- Proposar una guia per tirar endavant el projecte, indicant què cal fer en cada fase, com fer-ho, quan i per què.

PUNTUACIÓ: Cal valorar especialment la coherència global de l'argumentació. Puntuació total: 2 punts.

52. PAU 2009 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5
En l'exercici 1 d'aquesta prova, dos cosins van fundar una societat limitada. Quins aspectes caracteritzen la creació d'una societat limitada?
[2 punts]

Aspectes a considerar:

- el nombre mínim de socis: 1.
- el capital mínim: 3.005,06€.
- la responsabilitat davant de tercers: limitada al capital aportat.
- el tipus de règim fiscal: Impost sobre societats.
- denominació: ha de figurar la indicació "Societat de Responsabilitat Limitada", "Societat Limitada" o les seves abreviatures "S.R.L" o "S.L.".

PUNTUACIÓ: 1 punt s'ha de distribuir proporcionalment entre els aspectes genèrics (per a qualsevol societat) correctament identificats, i 1 punt s'ha de distribuir per la concreció d'aquests aspectes per al cas específic de la Societat Limitada. Puntuació total: 2 punts.

53. PAU 2009 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3
Què s'entén per *emprenedor*?
[1 punt]

Un emprenedor és aquella persona que concep una idea original de negoci, el projecta i busca mitjans humans i materials per posar-lo en funcionament. L'emprenedor ideal és algú dotat d'una sensibilitat especial per detectar les inquietuds i necessitats alienes, no satisfetes pel mercat, que poden ser l'origen d'un negoci. A partir d'un projecte empresarial viable, l'emprenedor pot iniciar una nova empresa.

PUNTUACIÓ: Puntuació Total: 1 punt.

54. PAU 2009 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4
En què consisteix l'anàlisi DAFO que es planteja en una idea de negoci?
[1 punt]

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.

PUNTUACIÓ: L'expressió de la idea bàsica d'una anàlisi DAFO ha de donar lloc a la màxima puntuació. Puntuació total: 1 punt.

55. PAU 2009 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5
Una coneguda empresa automobilística s'està plantejant la possibilitat de fabricar un nou vehicle de baix consum, poca potència, petit i a un preu molt assequible. Abans de decidir-se a fer realitat aquesta idea de negoci, l'empresa necessita estudiar el seu mercat.

a) Definiu, en general, què és un segment de mercat.
[1 punt]

Un segment de mercat està constituït pel conjunt de compradors que demanden un producte o servei amb característiques molt similars.

PUNTUACIÓ: 1 punt.

b) Expliqueu breuement tres criteris de segmentació de mercats que poden adequar-se a aquesta empresa automobilística.
[1 punt]

Es poden enumerar bastants criteris de segmentació, cadascun dels quals s'ha d'explicar mínimament.

A continuació es posen alguns exemples:

- Per edat: atès que és un cotxe petit es pot dirigir a un públic jove.
- Per nivell d'ingressos: Al ser un vehicle amb preu molt assequible hi podran accedir consumidors amb reduïda capacitat adquisitiva.
- Per zona de residència: Pot dirigir-se a uns consumidors residents en àmbit urbà per reduir dificultats d'aparcament o per realitzar trajectes curts.
- Sensibilitat al consum: Es tracta d'un vehicle de baix consum que pot esdevenir atractiu per als consumidors més sensibles al consum i a la reducció d'emissions contaminats.
- Altres: tipus de famílies, activitat professional, diferents estils de vida,…

PUNTUACIÓ: Qualsevol criteri raonablement explicat per l'estudiant ha de ser considerat correcte, distribuint 1 punt entre els tres criteris detallats. Puntuació total: 1 punt.

56. PAU 2009 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Joan Llach i Lluís Serrat consideren la possibilitat de fundar Música i Records, SL, dedicada a editar cançons populars catalanes. L'aportació que hi hauria de fer cadascun és de 2.000€. Abans d'iniciar els tràmits per a constituir aquesta societat, els sorgeixen alguns dubtes. Argumenteu si els plantejaments que es fan són correctes o no.

a) Joan Llach pensa que una aportació de 2.000 € és massa elevada, i proposa rebaixar-la a 900€.
[1 punt]

La Societat Limitada (Societat de Responsabilitat Limitada) és una forma jurídica mercantil de tipus capitalista que pot estar integrada per una persona o més. Si cada soci aporta una quantitat de 2.000 €, el capital total serà de 4.000 €. Per constituir una SL el capital mínim és de 3.000 euros, si cada soci n'aporta 900 no arribaran al mínim exigit per fundar una societat limitada. El capital haurà d'estar totalment subscrit i desemborsat en el moment de la constitució de la societat. No existeix cap màxim pel que fa al capital. Per tant, en Joan Llach fa una proposta que no és viable legalment.

PUNTUACIÓ: 0,5 punts per la resposta correcta i 0,5 punts per l'argumentació. Puntuació total: 1 punt.

b) Lluís Serrat, propietari d'un local comercial valorat en 90.000€, té por de perdre aquesta propietat en el cas que l'empresa faci fallida.
[1 punt]

Si l'empresa va malament en Lluis Serrat no perdrà el seu patrimoni personal. En una societat de responsabilitat limitada, la responsabilitat es limita al capital aportat. Els socis no responen amb el seu patrimoni personal dels possibles deutes socials.

PUNTUACIÓ: 0,5 punts per la resposta correcta i 0,5 punts per l'argumentació. Puntuació total: 1 punt.

57. PAU 2009 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 1

Exercici 1

En Jordi i en Joel són dos amics que treballen com a instal·ladors de plaques solars en una multinacional alemanya, des de ja fa dos anys. Com que disposen dels coneixements tècnics necessaris, de l'empenta, del coneixement del mercat (proveïdors, clients, potencialitat, normativa, ...), coneixen el producte i tenen esperit comercial, s'estan plantejant engegar un negoci pel seu compte (J.J. Sol, S.L.) en el sector de l'energia solar. Malgrat tot, la seva família pensa que no tenen formació econòmica i financera per a la gestió, tot i que van estudiar economia i organització d'empresa al batxillerat. Els dos amics no hi estan d'acord i volen demostrar que els seus estudis els permetran analitzar les dades que necessiten.

A tall d'exemple, són conscients de l'actual crisi en el mercat de la construcció i de l'elevada competència existent. Creuen que la inversió inicial no és un problema ja que tot i que cada placa té un preu de cost de prop de 4.000 € i que la comanda mitjana és de 6 plaques, les empreses treballen amb períodes mitjans de maduració negatius. A més saben que els únics costos fixos que tindran són el lloguer d'un petit local, l'amortització del vehicle i tres sous (els dos seus i el d'una tercera persona que porti l'oficina). Tanmateix coneixen que el marge brut mitjà per servei o comanda és del 20% sobre el cost de les plaques i que poden fer entre 2 i 3 instal·lacions mensuals.

Es demana:
a) Feu una anàlisi DAFO sobre el projecte de negoci dels dos amics.
[1,5 punts]

Solució:

FORTALESES	**DEBILITATS**
Coneixements tècnics Coneixement de la competència Coneixement del mercat Empenta Esperit comercial	Suposada manca formació de gestió empresarial

OPORTUNITATS	**AMENACES**
Mercat emergent Normativa legal favorable	Competència Crisi en el mercat de la construcció

PUNTUACIÓ: Hi ha 10 aspectes del text que es poden identificar i classificar dins dels quatre elements de la DAFO. Per tant, la valoració serà de 0,15 punts per la inclusió correcta de cadascun d'ells dins de fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces per al cas de l'exemple dels instal·ladors de plaques solars. Puntuació total: 1,5 punts.

b) Analitzeu la viabilitat de J.J. Sol, S.L. des del punt de vista medi ambiental.
[0,5 punts]

El negoci es basa en energies renovables substitutives de les tradicionals. Des del punt de vista medi ambiental és una oportunitat pel creixement sostenible, no contaminant i respectuós amb el medi. L'energia solar és de les més netes que coneixem ara mateix.

PUNTUACIÓ: Cal valorar la coherència global de l'argumentació. Puntuació total: 0,5 punts.

Del principal competidor de J.J. Sol, S.L. es coneixen les següents dades comptables (ordenades alfabèticament) a 31 de desembre de 2008.

Compte comptable	***Import (en euros)***	***Compte comptable***	***Import (en euros)***
Bancs i institucions de crèdit	5.400	Deutors	3.000
Caixa	2.000	Matèries primeres	500
Clients	6.100	Productes acabats	300
Creditors per prestació de serveis	1.550	Productes en curs	200
Deutes a curt termini amb entitats de crèdit	2.800	Proveïdors	2.300
Deutes a llarg termini	3.300	Proveïdors d'immobilitzat a curt termini	2.850

Calculeu el fons de maniobra d'aquesta empresa.
[1 punt]

ACTIU CORRENT	17.500
Existències	**1000**
Matèries primeres	*500*
Productes en curs	*200*
Productes acabats	*300*
Realitzable	**9.100**
Clients	*6.100*
Deutors	*3.000*
Disponible	**7.400**
Bancs i institucions de crèdit	*5.400*
Caixa	*2.000*

PASSIU CORRENT	9.500
Proveïdors	2.300
Creditors per prestació de serveis	1.550
Proveïdors d'immobilitzat a curt termini	2.850
Deutes a curt termini amb entitats de crèdit	2.800

FM = Actiu corrent – Passiu corrent = 17.500 – 9.500 = 8.000

PUNTUACIÓ: 0,5 punts per l'ordenació correcta de les dades d'actiu corrent i passiu corrent; 0,25 punts per l'expressió del Fons de Maniobra i 0,25 punts pel càlcul i resultat. Puntuació Total: 1 punt.

c) Què implica per a una empresa que el seu fons de maniobra sigui negatiu?
[1 punt]

El fons de maniobra ens dóna informació sobre el grau d'adequació de l'estructura financera i de les inversions fetes per l'empresa. Ha de ser positiu i suficient per garantir el funcionament a curt termini de l'empresa i per garantir l'estabilitat de l'estructura financera.

Si és negatiu significa que una part de les inversions a llarg termini són finançades amb exigible a curt termini, cosa que pot provocar que l'empresa tingui problemes per pagar els deutes i estigui a prop de la suspensió de pagaments.

PUNTUACIÓ: 0,5 punts per definir el Fons de Maniobra i 0,5 punts per l'explicació del seu valor negatiu. Puntuació Total: 1 punt.

58. PAU 2009 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5
La següent taula mostra les principals característiques de l'empresa individual, la societat limitada, la societat anònima i les cooperatives.
Completeu la primera columna de la taula on hi haureu de posar la forma jurídica d'empresa corresponent.
[1 punt]

Forma jurídica	Socis	Capital	Responsabilitat dels socis
Societat Anònima	Mínim 1	Mínim 60.101,21 €	Limitada al capital aportat
Societat cooperativa	Mínim 3	Mínim fixat als Estatuts	Limitada al capital aportat
Empresari individual	1	No existeix mínim legal	Il·limitada
Societat limitada	Mínim 1	Mínim 3.005,06 €	Limitada al capital aportat

PUNTUACIÓ: 0,25 punts per cada forma jurídica ben ubicada a la taula. Puntuació Total: 1 punt.

59. PAU 2008 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

La frase és incorrecta. Es pot considerar autònom el treballador per compte propi que adquireix el resultat del seu treball i, mitjançant una activitat empresarial, el cedeix als seus clients, que paguen el que hagin acordat. El treballador autònom es fa càrrec dels resultats i dels riscos de la seva activitat (en aquest sentit és empresari), i la duu a terme de forma personal (treballa pel seu compte, ja que no actua sota les ordres de ningú, quant a la forma de treballar).
El treballador autònom és un empresari individual. Pot treballar tot sol, però també té la possibilitat de contractar altres persones.
(1 punt: 0,5 per identificar que la frase és incorrecte i 0,5 per l'argumentació)

60. PAU 2008 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5
Les semblances bàsiques són:
- El nombre de socis mínim és de 1.
- La responsabilitat davant tercers és limitada.
- El tipus de règim fiscal és l'Impost de Societats.

La diferència bàsica és:
- El capital mínim necessari en la SL és de 3.012€ i en la SA és de 60.101,21€

(2 punts: 1 punt per valorar les semblances i un punt per les diferències. La puntuació màxima es pot atorgar a qui determini correctament dues de les semblances i la diferència senyalada)

61. PAU 2008 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Els exemples poden explicar l'aparició de l'agricultura o la ramaderia ecològica, el turisme rural, centres de natura i protecció mediambiental, etc. De la resposta de l'estudiant s'ha d'intuir com a partir del respecte al medi ambient s'han obert noves oportunitats de negocis dins el món rural.
(1 punt)

62. PAU 2008 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

4.1.- Aspectes a considerar: el nombre mínim de socis, el capital mínim necessari, la responsabilitat davant de tercers, el tipus de règim fiscal i els llibres de comerç que s'han de portar.
(1 punt: distribució proporcional als ítems identificats)

4.2.- La creació d'una cooperativa es caracteritza bàsicament per: un nombre mínim de socis (2 ó 5) segons el tipus de cooperativa, un capital mínim fixat als estatuts i la responsabilitat dels socis limitada al capital aportat.
(1 punt: distribució proporcional als ítems identificats)

63. PAU 2008 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

El pla de marketing proporcionarà la informació referent a la comercialització del producte/servei.
. Es definirà el producte/servei que s'ha de comercialitzar, **política de producte**/servei. Es considerarà el nombre i tipus de variants, la quantitat, la marca, l'envàs, el disseny, els aspectes innovadors, la fase del cicle de vida del producte, etc.
Aquestes característiques es compararan amb les dels productes/serveis oferts per la competència.
. S'especificarà com es donarà a conèixer el producte/servei, **política de comunicació**.
Es descriuran els mitjans més adequats (Internet, premsa local, fullets, etc) i les accions (publicitat i promoció de vendes) a través de les quals es donarà a conèixer el nostre producte/servei.
La publicitat pretén donar a conèixer els nostres productes o serveis, mentre que la promoció de venda serà el conjunt d'activitats de màrqueting que donen suport a la venda i que estimularan la compra del nostre producte/servei per part dels clients potencials.
. S'indicarà com es farà arribar al client, es a dir la **política de distribució**.
S'especificarà si s'utilitza la venda directa o indirecta. En cas de que es tracti de venda indirecta, se'n detallaran els canals o vies de distribució (majorista, detallista o tots dos) a través dels quals es farà arribar el producte/servei al client final. El paper que poden tenir els intermediaris (agents, distribuïdors, representants, etc) pot ser fonamental i ajudar a les tasques de distribució.
. S'indicarà a quin preu es vendrà, **política de preus**.
Es detallarà l'estratègia de preus més adequada per a la nostra empresa amb la finalitat de fixar el preu de venda del producte/servei.
(2 punts: 0,5 punts per cada política identificada i mínimament explicada. Valorar especialment la coherència de l'argumentació)

64. PAU 2008 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Un estudi de mercat ha de recollir i analitzar dades relatives a:

- **L'entorn general**. Que ha d'incloure l'anàlisi d'aspectes legals, econòmics, socials i tecnològics.
- **La competència**. Cal estudiar el comportament de les altres empreses presents al mercat.
- **Els consumidors**, el seu comportament, necessitats, hàbits,...

(1 punt: valorar especialment la coherència de l'argumentació)

65. PAU 2008 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

El pla d'empresa és una planificació estratègica que afecta a tots els àmbits empresarials durant un llarg període de temps i té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i els inconvenients.
Avantatges:
- analitzar si la idea de negoci té possibilitats d'èxit.
- planificar des de la situació actual fins a una situació futura desitjada.
- fomentar una correcta gestió, organització, direcció i control empresarial (avantatges interns)
- avantatges externes: aconseguir recursos externs, convèncer a proveïdors i clients,…
(2 punts: 1 punt per la definició del pla d'empresa i 1 punt per les avantatges. Si l'estudiant especifica 2 avantatges ja pot obtenir la puntuació màxima)

66. PAU 2008 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

L'empresari individual ha de fer front a tot el seu patrimoni personal davant qualsevol obligació que hagi acceptat en l'exercici de la seva activitat empresarial. No existeix una separació entre el patrimoni de l'empresa i el patrimoni personal. Respon dels deutes de la seva empresa amb la totalitat dels seus béns. Per tant, aquest pot ser un dels principals inconvenients que pot tenir un empresari individual.
(1,5 punts: valorar la coherència global de la resposta)

67. PAU 2008 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Un estudi de viabilitat del projecte empresarial consisteix en analitzar tant les dades internes del projecte com les de l'entorn de l'empresa. Aquest estudi determina la conveniència de crear o no l'empresa.
Cal analitzar:
- la viabilitat legal: assegurar el compliment de les normatives i obligacions legals en tots els àmbits.
- la viabilitat comercial: ha de determinar la venda del producte i el seu desenvolupament dins del mercat.
- la viabilitat econòmica: comprovar si l'activitat de l'empresa permetrà generar beneficis.
- la viabilitat financera: planificar les inversions de l'empresa i el seu finançament.
- la viabilitat ambiental: comprovar que es respecten les normatives ambientals, que asseguren la preservació del medi ambient.
i d'altres, com la viabilitat tecnològica, que ha de verificar si la tecnologia és eficient per assegurar una producció de qualitat.
.
(1,5 punts: 0,5 definició de viabilitat del projecte empresarial i 1 punt pels diferents tipus de viabilitat mínimament explicats)

68. PAU 2007 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Habilitats de gestió que ha de tenir l'emprenedor.
. Cal que assumeixi reptes i riscos per tal de tirar endavant els projectes.
. Ha de tenir noves idees.
. Capacitat tècnica de crear i dirigir una organització.
. Capacitat personal de fer, de la seva idea, un projecte col·lectiu.
. Poder d'adaptació i negociació.
(2 punts: a distribuir proporcionalment entre els principals ítems identificats, valorant especialment la coherència de les argumentacions)

69. PAU 2007 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Dades que cal recopilar dels nostres clients.
. Definir el mercat objectiu: grandària del mercat, evolució futura, restriccions legals del mercat.
. Definir el perfil objectiu dels clients: edat, sexe, distribució geogràfica, gustos, ingressos, etc.
. Límit (màxim i mínim) que pot tenir el preu del producte.
. Promoció de vendes i publicitat, quantitat, mitjans, etc.
. Canals de distribució: venedors al detall o a l'engròs. Nombre, localització, terminis de cobrament, descomptes, amb quins marges treballen.
(2 punts: a distribuir proporcionalment entre els principals ítems identificats, valorant especialment la coherència de l'argumentació)

70. PAU 2007 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

Aspectes a considerar: el nombre mínim de socis, el capital mínim, la responsabilitat davant de tercers, el tipus de règim fiscal i els llibres de comerç que s'han de portar.
(1 punt : distribució proporcional als ítems identificats, valorant especialment la coherència global de la resposta)

71. PAU 2007 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

1.- Introducció i presentació del projecte empresarial: descripció de l'activitat empresarial i les característiques fonamentals de la idea de negoci.
2.- Promotors del projecte: dades personals i currículum de les persones que formen l'empresa.
3.- Forma jurídica i òrgans de govern de l'empresa: descripció i justificació del tipus d'empresa que es crea.
4.- Localització i situació: comentari i argumentació sobre la ubicació del negoci.
5.-Estudi de mercat: explicació sobre la viabilitat del projecte.
6.-Anàlisi de les àrees de funcionament: descripció de les diferents àrees funcionals de l'empresa, com ara la producció, comercialització, administració, organització, etc.
7.-Pla d'inversió i pla de finançament: justificació de la inversió que es farà, pressupost d'aquesta inversió i manera de finançar-la.
8.- Calendari dels passos per a la creació de l'empresa.
9.- Descripció dels tràmits documentals i administratius necessaris.
10.- Comentaris globals sobre el projecte com a conclusió.
(2 punts a distribuir proporcionalment en funció dels ítems identificats, però valorant especialment la coherència de la resposta)

72. PAU 2007 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Dades dels agents competidors que intervenen en l'entorn comercial de l'empresa.

. Relació d'empreses que ofereixen els mateixos productes o productes substitutius.
. Ubicació, situació espacial i estat econòmic.
. Servei que ofereixen als seus clients com a complement.
. Relació que tenen amb els seus clients.
. Preus i política de descomptes.
(1 punt : valorar especialment la coherència de l'argumentació)

73. PAU 2007 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5
. Descripció del currículum: dades personals, formació, experiència professional...
. Grau en què es vol involucrar en l'empresa.
. Nivell de responsabilitat que vol assumir.
. Aportacions econòmiques o de qualsevol tipus que pot fer.
. Nivell de remuneració econòmica a què vol arribar.
(2 punts: a distribuir proporcionalment als ítems identificats, valorant especialment la coherència de l'argumentació)

74. PAU 2007 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Les semblances són:
. El nombre de socis mínim és de 1 o més.
. La responsabilitat davant tercers és limitada.
. El tipus de règim fiscal és el Impost de Societats
. Els llibres de comerç són: Llibre Diari, Llibre Inventari i Comptes, Llibre Actes, Llibre Registre Socis.

La diferència és:
. El capital mínim necessari en la S.L. és de 3.012,00 € i la S.A. és de 60.101,21 €
(2 punts: 1 punt per les semblances i 1 punt per la diferència)

75. PAU 2006 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5:

a) *El capital social de les S.A. es divideix en accions, el capital social mínim es de 60.101,21 i ha d'estar totalment subscrit i desemborsat com a mínim en un 25%.*
Pel que fa al capital social de les Cooperatives, el mínim es fixa en els estatuts i és variable segons el nombre de socis que s'incorporen i es donen de baixa. Cap soci no pot poseir més del 25% del capital en les de primer grau, ni més del 45% en les de segon grau.
(1 punt)

b) *L'empresari individual té una responsabilitat il·limitada davant del patrimoni empresarial, això vol dir que respon de l'empresa amb el patrimoni de l'empresa i el seu propi patrimoni. En canvi el soci d'una empresa de responsabilitat limitada té una responsabilitat limitada en l'empresa, això vol dir que només respondrà amb el capital aportat a la societat.*
(1 punt)

76. PAU 2006 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:

El pla de negoci o pla d'empresa és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i descobrint-ne els inconvenients. (1 punt)

77. PAU 2006 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4:

El pla de negoci o pla d'empresa és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i descobrint-ne els inconvenients. Els avantatges d'elaborar un pla d'empresa no es redueixen únicament a la d'analitzar fins a quin punt la idea de negoci té possibilitats d'èxit explotant-la. Addicionalment, la funció de la planificació és la de crear un pont entre la situació real actual i una situació futura desitjable.
(1 punt)

78. PAU 2006 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:
Les Cooperatives són associacions de persones físiques o jurídiques amb interessos comunes que desenvolupen una activitat empresarial amb l'objectiu de satisfer les necessitats comuns dels seus socis.
Les Cooperatives de 1r grau tenen 5 socis (encara que això és diferent en algunes comunitats autònomes) que són persones físiques, mentre que les Cooperatives de 2n grau només tenen 2 socis (encara que això és diferent en algunes comunitats autònomes) que són persones jurídiques (altres cooperatives).
(1 punt)

79. PAU 2005 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4:
L'anàlisi DAFO (debilitats, amenaces, fortaleses, oportunitats) pretén determinar, des d'un punt de vista intern, els punts forts i els febles que caracteritzen una empresa, i des d'un punt de vista extern, les amenaces i oportunitats que existeixen en el context on l'empresa s'ha de desenvolupar. Aquest tipus d'anàlisi és molt utilitzat en el plantejament dels projectes empresarials perquè d'aquesta manera es pot valorar fins a quin punt la idea del negoci que tenen els promotors té possibilitats d'èxit.
(1 punt)

80. PAU 2005 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5:
Els tràmits davant la Seguretat Social són:
- *Inscripció de l'empresa en la Tresoreria General de la Seguretat Social per tal d'obtenir el número d'empresa i obrir el compte de cotització principal*
- *Elecció de l'entitat que assumeix les cobertures de risc d'accidents laborals i malalties professionals*
- *Alta en el règim especial de treballadors autònoms (si s'escau)*
- *Afiliació i alta dels treballadors en el règim general*

(2 punts)

81. PAU 2005 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:
Les Cooperatives són associacions de persones físiques o jurídiques amb interessos comuns que desenvolupen una activitat empresarial amb l'objectiu de satisfer les necessitats comuns dels seus socis.
Les Cooperatives de 1r grau tenen 5 socis (encara que això és diferent en algunes comunitats autònomes) que són persones físiques, mentre que les Cooperatives de 2n grau només tenen 2 socis (encara que això és diferent en algunes comunitats autònomes) que són persones jurídiques (altres cooperatives).
(1 punt)

82. PAU 2005 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5:

a) *El capital social de les S.A. es divideix en accions, el capital social mínim es de 60.101,21€ i ha d'estar totalment subscrit i desemborsat com a mínim en un 25%.*
Pel que fa al capital social de les S.R.L. aquest es divideix en participacions iguals, indivisibles i acumulables, es requereix un mínim de 3.005,06€ i ha d'estar totalment subscrit i desemborsat.
(1 punt)

b) *L'empresari individual té una responsabilitat il·limitada davant del patrimoni empresarial, això vol dir que respon de l'empresa amb el patrimoni de l'empresa i el seu propi patrimoni. En canvi el soci d'una empresa de responsabilitat limitada té una responsabilitat limitada en l'empresa, això vol dir que només respondrà amb el capital aportat a la societat.*
(1 punt)

83. PAU 2005 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:

El pla de negoci o pla d'empresa és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i descobrint-ne els inconvenients.

Els avantatges d'elaborar un pla d'empresa no es redueixen únicament a la d'analitzar fins a quin punt la idea de negoci té possibilitats d'èxit explotant-la. Addicionalment, la funció de la planificació és la de crear un pont entre la situació real actual i una situació futura desitjable. En efecte, aquesta planificació és la base sobre la qual es fonamenta una correcta gestió, ja que fa possible una determinada organització, direcció i control empresarial que d'altra forma es faria quasi impossible (avantatges interns). Per altra banda, sobre la base de la planificació feta és més fàcil aconseguir recursos externs que permetin el correcte desenvolupament de l'empresa i, alhora, convèncer més fàcilment els proveïdors i els clients (avantatges externs).
(2 punts)

84. PAU 2005 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4:

Els avantatges d'elaborar un pla d'empresa no es redueixen únicament a la d'analitzar fins a quin punt la idea de negoci té possibilitats d'èxit explotant-la. Addicionalment, la funció de la planificació és la de crear un pont entre la situació real actual i una situació futura desitjable. En efecte, aquesta planificació és la base sobre la que es fonamenta una correcta gestió, ja que fa possible una determinada organització, direcció i control empresarial que d'altra forma es faria quasi impossible (avantatges interns). Per altra banda, sobre la base de la planificació feta és més fàcil aconseguir recursos externs que permetin el correcte desenvolupament de l'empresa i, alhora, convèncer més fàcilment els proveïdors i els clients (avantatges externs).
(1 punt)

85. PAU 2005 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:

L'anàlisi DAFO (debilitats, amenaces, fortaleses, oportunitats) pretén determinar, des d'un punt de vista intern, els punts forts i els febles que caracteritzen una empresa, i des d'un punt de vista extern, les amenaces i oportunitats que existeixen en el context on l'empresa s'ha de desenvolupar. Aquest tipus d'anàlisi és molt utilitzat en el plantejament dels projectes empresarials perquè d'aquesta manera es pot valorar fins a quin punt la idea del negoci que tenen els promotors té possibilitats d'èxit.
(1 punt)

86. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 2 (A pla antic)

OPCIÓ A
Exercici 2:
El màrqueting és el conjunt d'activitats que desenvolupa una empresa encaminades a satisfer les necessitats i desitjos del consumidor per tal d'aconseguir els objectius finals.
El màrqueting tracta d'identificar les necessitats de les persones potencials consumidors, procurant traduir-les a desitjos concrets (orientació i canalització) i estimulant aquests desitjos per a que es transformin en demanda dels béns o serveis que l'empresa aporta.
Les activitats del màrqueting se centren en quatre aspectes que constitueixen les variables del màrqueting mix: **Producte; Preu; Promoció i Distribució** (1 punt)

87. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 2 (B pla antic)

OPCIÓ B
Exercici 2:
Consisteix en fixar el preu en funció de les característiques del mercat i de la competència. En aquest sentit, el preu pot ser superior, igual o inferior al de la competència. Cadascun d'aquests casos serà possible per unes condicions determinades que tot seguit s'exposen:

- **fixar un preu semblant al de la competència**: és el cas de productes amb una demanda molt elàstica i molts substitutius propers perquè no es diferencien dels de la competència. Es considera que si el client es troba davant de productes molt semblants de diferents marques no triarà el de preu més alt.
- **fixar un preu per sota del de la competència**: en aquest cas, l'empresa pretén compensar el preu més baix amb un nombre més gran de clients i així aconseguir ingressos superiors per més vendes. S'ha de tenir en compte que el preu no pot baixar per sota del cost total mitjà perquè de fer-ho així entraria en pèrdues.
- **fixar un preu per sobre del de la competència**: és una estratègia a seguir quan la percepció del client és la de que el producte de l'empresa és millor que els de la competència i, per tant, està disposat a pagar més. Això només serà possible si no existeixen productes substitutius propers.

(1 punt)

88. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4:
El pla de negoci és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i descobrint-ne els inconvenients.
Els avantatges d'elaborar un pla d'empresa no es redueixen únicament a la d'analitzar fins a quin punt la idea de negoci té possibilitats d'èxit explotant-la. Addicionalment, la funció de la planificació és la de crear un pont entre la situació real actual i una situació futura desitjable. En efecte, aquesta planificació és la base sobre la que es fonamenta una correcta gestió, ja que fa possible una determinada organització, direcció i control empresarial que d'altra forma es faria quasi impossible (avantatges interns). Per altra banda, sobre la base de la

planificació feta és més fàcil aconseguir recursos externs que permetin el correcte desenvolupament de l'empresa i, alhora, convèncer més fàcilment els proveïdors i els clients (avantatges externs).
(1 punt)

89. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4:
Per aconseguir uns bons resultats a l'hora de crear una empresa no hi ha prou en tenir una idea de negoci, sinó que s'ha de fer un estudi o investigació del mercat.
Un estudi del mercat consisteix a recopilar, elaborar i analitzar informació sobre l'entorn general, l'estat de la competència i les característiques del consumidor potencial. Aquesta informació prèvia és necessària per a la correcta planificació de les accions que s'han de realitzar en l'àmbit de l'empresa i permet a la direcció la presa de decisions amb més possibilitats d'èxit.
L'estudi de mercat segueix un procés seqüencial d'elaboració que consta de les següents fases:

1. definició de l'objectiu de la investigació
2. disseny del model d'investigació
3. recollida de dades
4. classificació i estructuració de les dades recollides
5. anàlisi i interpretació de les dades
6. informe sobre els resultats obtinguts

(1 punt)

90. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5:
En un projecte empresarial s'ha de fer l'estudi previ del mercat on es recopila, elabora i s'analitza la informació sobre l'entorn general, l'estat de la competència i les característiques del consumidor.
Per tal de conformar aquesta informació es fa necessari una recollida de dades, i per obtenir aquestes dades s'utilitzen una sèrie de tècniques.
Les tècniques més utilitzades per a recollir les dades de l'estudi del mercat són:

1. **l'enquesta**: consisteix a presentar a una persona o grup de persones, potencials consumidors del producte o servei de l'empresa, un qüestionari de preguntes per a que les responguin. Si el nombre de persones és molt gran s'elegeix una mostra representativa d'elles a partir de la qual s'infereixen conclusions per a tota la població. Les enquestes es poden fer mitjançant entrevista personal, per correu o per telèfon.
2. **l'observació**: consisteix a contemplar la conducta dels potencials consumidors i treure'n conclusions. És important que les persones observades no siguin conscients de l'observació perquè puguin actuar en llibertat. L'observació pot ser directa o a través de mitjans audiovisuals.
3. **l'experimentació**: aquesta tècnica es basa a provocar la conducta del consumidor per tal d'estudiar les seves reaccions. Es poden fer proves d'experimentació per a determinar l'embolcall, el format, el gust dels productes, el nom...

(1 punt)

91. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 5 (A pla antic)

Exercici 5:

a)

Una empresa individual és aquella en la que el propietari és una única persona física (empresari).

L'empresari individual ha de ser persona física major d'edat que té la plena disponibilitat dels béns propis.

En aquestes empreses coincideixen les figures d'empresari i capitalista i, per tant, el patrimoni de l'empresari amb el de l'empresa.

La responsabilitat de l'empresari individual és il·limitada.

La constitució d'aquest tipus d'empresa no precisa d'un capital mínim.

La raó social de l'empresa ha de ser la de l'empresari i el benefici de l'empresa es considera com benefici individual del titular.

(1 punt)

b)

El model funcional d'estructura organitzativa es basa en l'existència d'especialistes que dediquen tot el seu esforç a una tasca concreta de l'activitat empresarial. Cada empleat, en els diferents nivells de responsabilitat, acompleix una funció determinada. Tots els diferents departaments tenen especialistes que exerceixen una determinada funció i que, a més, jeràrquicament, tenen diversos caps i directius.

Els avantatges del model:

- estimula l'especialització de la que s'obté una major eficàcia
- permet aconseguir reduccions de costos per economies d'escala derivades de l'execució de tasques i comandes fetes en grans quantitats pels equips d'especialistes.

Els inconvenients:

- l'especialització funcional pot provocar més conflictes entre els empleats
- dificultat de mesurar el rendiment de cadascuna de les unitats organitzatives, ja que unes depenen de les altres. Això provoca conflictes i rivalitats difícils de solucionar.

(1 punt)

92. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4:

El pla de negoci és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i descobrint-ne els inconvenients.

Els elements que inclou un pla de negoci són (cal que es tingui en compte que la següent relació no és tancada ni exhaustiva, sinó merament indicativa):

- Idea del negoci. Antecedents i promotors. Descripció de l'activitat
- Forma jurídica de l'empresa
- Localització i situació
- Pla de màrqueting. Estudi del mercat. Política del producte. Promoció i distribució
- Estructura de l'empresa. Àrees de funcionament
- Pla d'inversió i de finançament
- Actuacions legals i administratives
- Programació de les accions

(1 punt)

93. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4:
L'anàlisi DAFO (debilitats, amenaces, fortaleses, oportunitats) pretén determinar, des d'un punt de vista intern, els punts forts i els febles que caracteritzen una empresa, i des d'un punt de vista extern, les amenaces i oportunitats que existeixen en el context on l'empresa s'ha de desenvolupar.
Aquest tipus d'anàlisi és molt utilitzat en el plantejament dels projectes empresarials perquè d'aquesta manera es pot valorar fins a quin punt la idea del negoci que tenen els promotors té possibilitats d'èxit, d'acord amb la detecció d'una oportunitat de negoci no explotada, o amb la capacitat d'innovar o de fer coses de manera diferent als demés.
(1 punt)

94. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:
- La societat adquireix personalitat jurídica a partir del moment de la inscripció de l'escriptura de constitució en el Registre Mercantil
- És una societat mercantil de tipus capitalista
- El capital social està repartit en participacions
- El capital mínim és de 3.005 €. Aquest capital pot ser en metàl·lic i/o en béns o drets
- La responsabilitat dels socis és limitada al capital aportat
- Es pot constituir la societat a partir d'un soci (societats unipersonals)

(1 punt)

95. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (A pla antic)

OPCIÓ A
Exercici 2:
- Són societats que tenen l'objectiu de satisfer les necessitats comunes dels seus socis
- El seu patrimoni no es pot repartir i no tenen afany de lucre
- N'hi ha de primer grau (5 socis persones físiques) i de segon grau (2 socis cooperatius, persones jurídiques)
- La responsabilitat dels socis és limitada (els estatuts poden determinar responsabilitats il·limitades)
- El capital mínim es fixa als estatuts
- El 30% dels excedents s'ha de destinar al fons de reserva obligatori i al fons de formació

(1 punt)

96. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (B pla antic)

OPCIÓ B
Exercici 2:
Les característiques bàsiques de la Societat Anònima són:
- És una societat de tipus capitalista
- Encara que el mínim de socis és de tres, es poden constituir societats anònimes unipersonals
- El seu capital està dividit en accions
- La responsabilitat dels socis és limitada al capital invertit
- Els socis només poden aportar béns o diners, mai treball
- Les accions en què es divideix el capital són transmissibles en els mercats financers
- La seva constitució precisa la formalització de l'escriptura de constitució i dels estatuts i la inscripció en el Registre Mercantil

(1 punt)

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

Exercici 3:
Per a escollir la localització adient, s'han de valorar tot un seguit de variables que influencien aquesta decisió:

- **Mercat de treball**: quantitat i qualitat formativa i tècnica dels potencials treballadors.
- **Matèries primeres**: facilitat d'obtenir-les i cost.
- **Demanda del mercat**: característiques del mercat i de la competència.
- **Comunicacions i transport**: anàlisi de l'estat actual i previst de les infrastructures de tot tipus i proximitat d'equipaments industrials com polígons o parcs tecnològics.
- **Cost** del solar i de la construcció.
- La **legislació** relativa a les normes fiscals, mercantils i socials que condicionen l'activitat de l'empresa.
- El **finançament**. És a dir, les característiques de les institucions i mercats financers on l'empresa s'haurà de dirigir per a obtenir els seus recursos financers.

(1 punt)

98. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4:
El pla de negoci és una planificació estratègica que afecta tots els àmbits de l'empresa durant un llarg període de temps i que té com a objectiu analitzar la viabilitat del projecte empresarial, examinant-ne els objectius i descobrint-ne els inconvenients.
La raó d'elaborar un pla d'empresa no és únicament la d'analitzar fins a quin punt la idea de negoci té possibilitats d'èxit, explotant-la. Addicionalment, la funció de la planificació és la de crear un pont entre la situació real actual i una situació futura desitjable. En efecte, aquesta planificació és la base sobre la que es fonamenta una correcta gestió, ja que fa possible una determinada organització, direcció i control empresarial. Per altra banda, sobre la base de la planificació feta és més fàcil aconseguir recursos externs que permetin el correcte desenvolupament de l'empresa.
(1 punt)

99. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5:
Una empresa individual és aquella en la que el propietari és una única persona física (empresari).
L'empresari individual ha de ser persona física major d'edat que té la plena disponibilitat dels béns propis.
En aquestes empreses coincideixen les figures d'empresari i capitalista i, per tant, el patrimoni de l'empresari amb el de l'empresa.
La responsabilitat de l'empresari individual és il·limitada.
La constitució d'aquest tipus d'empresa no precisa d'un capital mínim.
La raó social de l'empresa ha de ser la de l'empresari i el benefici de l'empresa es considera com benefici individual del titular.
(1 punt)

100. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5:
Similituds entre les SA i les SRL:

1. Ambdues poden tenir un (unipersonals) o més socis
2. En els dos tipus la responsabilitat és limitada al capital aportat
3. Ambdues tributen per l'impost de societats
4. Les dues societats es constitueixen en escriptura pública a inscriure al Registre Mercantil

Diferències entre SA i SRL:

1. En la Societat Anònima el capital es divideix en accions, mentre que en la SRL es divideix en participacions.
2. En la SA, el capital social mínim de constitució és de 60.101 €, mentre que en una SRL, el capital mínim és de 3.005
3. En el moment de la constitució, el capital de les SRL ha d'estar totalment subscrit i desemborsat (fundació simultània), mentre que en el cas de les SA, el seu capital no cal que es desemborsi totalment ja que poden tenir dividends passius (és a dir, que les accions es poden anar desemborsant poc a poc de manera successiva).
4. En les SA, la transmissió de les accions és lliure i es pot fer en mercats financers organitzats. Les transmissions de les participacions de les SRL necessiten de comunicació prèvia de la intenció de traspàs i no es fan en mercats financers organitzats.

(2punts)

101. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció B)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

102. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 4 (Opció B)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

103. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 5 (Opció B)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

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

OPCIÓ A

Exercici 2

a)

Tot allò que contribueix que el consumidor pugui identificar un producte es pot qualificar com a atribut d'un producte. L'envàs i la marca són dos aquests atributs que pretenen:

- *identificar el producte*
- *atraure al consumidor*

L'envàs, a més, ha de:

- *protegir el producte*
- *evitar que el producte es malmeti, tot conservant la seva qualitat*
- *facilitar la manipulació, l'emmagatzematge i/o el transport del producte.*

El nou embolcall garanteix millor que la tradicional bossa quasi totes les característiques explicitades amb anterioritat, excepció feta - potser - del fet que pot resultar no tan atractiu als ulls del consumidor.

b)

Per marca s'entén la forma per la qual s'identifica el producte d'una empresa i/o organització. Es composa d'una denominació (o nom) i d'un logotip (o símbol no llegible).

Cal catalogar clarament la política de marca duta a terme per l'empresa en el concepte de marca única, atès que totes les varietats de patates que comercialitza es presenten sota la mateixa denominació comercial i logotip (un rostre masculí amb un bigoti considerable) .

PAUTA DE CORRECCIÓ:

En aquest exercici es pretén que l'alumne demostri que pot identificar en un exemple real la interpretació econòmica dels conceptes d'envàs i marca i la seva conceptualització com atributs d'un producte. En conseqüència s'haurà de valorar positivament si l'alumne utilitza en la seva resposta, sempre que no caigui en contradiccions, algunes de les característiques de l'envàs i el concepte de marca única.

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

OPCIÓ B

Exercici 2

Els factors que influeixen en la presa de decisions per a la ubicació d'una empresa són força variats. Els criteris que es poden considerar es poden aplegar en els següents grups, a saber:

- *demanda de mercat,*
- *primeres matèries i altres proveïments,*
- *mercat laboral,*
- *costos de les construccions i dels terrenys,*
- *cost de la mà d'obra*

En el cas exposat en l'enunciat, en l'estudi d'ubicació d'una empresa es poden tenir en consideració els següents criteris concrets:

- *costos de terrenys i/o construcció*
- *proximitat al mercat i/o clients, bàsicament a la demanda, en aquest cas d'Europa Central* ☑
- *facilitat de connexió amb proveïdors*
- *variació (reducció) en el cost dels factors de producció, sobretot del personal* ☑
- *qualificació del personal* Θ
  (malgrat existir països on aquesta valoració negativa no és vàlida; per exemple: Txèquia)
- *avantatges del mercat laboral: prestacions més grans, flexibilitat de la normativa, etc.*
- *fiabilitat de la xarxa de transport i del sistema de comunicacions existent al territori* Θ
- *possibilitat d'accedir a ajuts de les diverses administracions públiques (subvencions, incentius fiscals, ajuts financers per a la posada en marxa...)* ☑
- *existència de sòl industrial idoni (polígons industrials, parcs tecnològics, etc.)* Θ
- *estructura econòmica del territori on es pensa situar l'empresa (qualitat dels serveis bàsics: financers i d'altres subministraments)*
- *disponibilitat i/o facilitat d'accés a primeres matèries i/o altres proveïments (primeres matèries, subministraments energètics, etc.)*
- *variació del cost de la inversió a realitzar (lloguer vs. adquisició...)*
- *facilitat (d'accés, principalment) al finançament*
- *diferent regulació legislativa en relació a les indústries i/o sector industrial (respecte a normativa mediambiental, eliminació de residus..)* Θ

Amb la icona ☑ s'assenyalen les opcions que és lògic que s'incloguin en l'apartat a) del present exercici, amb la icona Θ les que s'incloguin en l'apartat b).

PAUTA DE CORRECCIÓ:
En aquest exercici es pretén que l'alumne demostri que sap identificar els factors de localització en un cas pràctic. Per tant, s'ha de valorar sobretot el contingut i la coherència de les seves explicacions, més que l'encert terminològic. No s'haurà de concedir la puntuació màxima si l'alumne no esmenta correctament els dos arguments demanats en cada apartat.

106. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

Les principals diferències rauen en el fet que:

- *la responsabilitat dels propietaris de l'empresa és il·limitada (societat personalista) o limitada a les quantitats efectivament lliurades a l'empresa (societat capitalista)*
- *la gestió i/o direcció de l'empresa correspon - malgrat que amb algunes reserves - als socis i/o propietaris de la societat personalista, mentre que aquesta vinculació no ha d'existir en les societats de capital*

PAUTA DE CORRECCIÓ:
En aquest exercici s'intenta que l'alumne demostri que coneix bé ambdós conceptes i que, per tant, sap argumentar les seves diferències. S'avaluarà la correcció en l'explicació d'aquesta comparació, per sobre de la correcció terminològica de las respost. Es considerarà vàlidament respost l'exercici si es cita una de les diferències incloses en el solucionari.

107. PAU 2003 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

El concepte 'comprador' fa referència a la persona que realment adquireix (desembossant diners) el producte i/o servei. El 'consumidor' és la persona que l'utilitza realment, mentre que per 'prescriptor' s'entén la persona que decideix allò que s'ha de comprar, malgrat no consumir-lo i sovint tampoc comprar-lo.

En el cas de l'enunciat qualsevol metge actua com a 'prescriptor', l'infant (com a pacient) és el 'consumidor' i els pares són els 'compradors'.

PAUTA DE CORRECCIÓ:
L'exercici intenta esbrinar si l'alumne coneix la diferència entre els tres conceptes que se li demanen, de tal manera que els pot aplicar en un exemple induït per l'enunciat. Per tant, no es considerarà vàlidament respost l'exercici si l'exemple adduït per l'alumne no és mínimament correcte.

108. PAU 2003 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 3 (Opció A)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

109. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 3 (Opció B)

Exercici 3

Sota la denominació de "majorista" s'inclouen totes les empreses o persones que actuen d'intermediaris entre el fabricant, empresa que realitza la producció del bé o producte, i el detallista (o "minorista") que és la persona o empresa que ven directament l'esmentat producte o bé al consumidor final. Alguns majoristes actuen també d'intermediaris entre el fabricant i un altre majorista més petit que ell o àdhuc entre un majorista més gran i els detallistes.

El majorista, per tant, compra les mercaderies a la fàbrica a l'engròs i habitualment en bones condicions econòmiques per tal de vendre-les després als detallistes, que són els que realitzen habitualment la promoció del producte, ofereixen finançament i el servei post-venda als consumidors finals.

PAUTA DE CORRECCIÓ:

L'exercici pretén avaluar que l'alumne distingeixi clarament entre els dos conceptes. Per tat, no es podrà considerar vàlidament resolt si no existeix coherència entre l'explicació i els exemples adduïts.

110. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Sota aquesta denominació s'entén el document que recull la formulació dels objectius i les estratègies de màrqueting i la determinació del pressupost d'ingressos, despeses i beneficis esperats. El pla de màrqueting (o programa comercial) es pot definir, doncs, com un document que recull la política de màrqueting per desenvolupar un producte, una marca o un model concret duran un període de temps determinat.

És el resultat de la planificació comercial que té com objectiu determinar el segment del mercat al qual s'adreça l'empresa, així com definir, integrar i coordinar les variables que componen el màrqueting (les quatre p) de manera que permetin assolir els objectius de l'empresa.

Per tant un pla de màrqueting s'ha de dur a terme en les fases següents: a partir d'una primera fase d'anàlisi de les actuacions realitzades prèviament per l'empresa, es realitza una concreció (fase de planificació) dels objectius a assolir en el període de vigència del pla i una concreció de les accions a emprendre - amb la pertinent quantificació de recursos - per tal de fer possible l'assoliment dels anteriors objectius, dins d'uns terminis previstos en el corresponent calendari d'actuacions.

Alguns autors afegeixen a aquestes fases les d'execució i la del seu posterior control.

L'exercici pretén avaluar si coneix el concepte que se li pregunta. L'alumne haurà de citar en la seva resposta, com a mínim, les dues primeres fases esmentades en el solucionari. La correcció terminològica en la definició de les fases s'ha de supeditar a la correcció del contingut.

111. PAU 2002 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 5 (Opció B)

Exercici 5

Els òrgans col·lectius d'una societat anònima són bàsicament dos: la Junta General d'Accionistes i el Consell d'Administració. Correspon a aquest darrer la gestió i/o govern de la societat, mentre que el primer és l'òrgan suprem de l'empresa, atès que hi estan representats tots els accionistes i, en conseqüència, debat les línies d'actuació proposades i les gestió realitzada pel Consell d'Administració.

Concretament, la Llei atribueix a la Junta la facultat d'aprovar els estats financers de l'empresa, de determinar la distribució dels beneficis, de decidir ampliacions i/o reduccions del capital social, d'acordar l'emissió d'obligacions, de modificar els estatuts socials, de nomenar els auditors dels comptes de la companyia i del nomenament i, renovació dels administradors.

Al Consell d'Administració li correspon la gestió, administració i/o representació de l'empresa front a tercers. Habitualment és format per representants dels principals accionistes que formen part de la Junta General i també, sobretot en grans empreses, per especialistes o destacats experts en el sector industrial en el que actua l'empresa.

Es considerarà satisfactòriament resolt l'exercici si l'alumne cita els esmentats òrgans, sempre que encerti en la seva resposta la denominació de l'òrgan amb les seves funcions.

Exercici 1 (comú a ambdues opcions)

Qüestió prèvia

NOTA:
No es pretén obligar l'alumne a fer la demostració que segueix, ni a justificar les formules que utilitza. S'inclou aquest paràgraf en el present solucionari tan sols per recordar les possibles vies d'accés als resultats numèrics que els alumnes poden utilitzar en resoldre els següents paràgrafs.

Per punt mort o llindar de rendibilitat s'entén aquella situació d'una empresa en la que no registra ni pèrdues, ni beneficis; és a dir aquella per a la qual s'acompleix:

Ingressos totals (IT) = Costos totals (CT).

Com sigui que els ingressos totals es poden expressar per mitjà de la multiplicació de preus per quantitats:

$$IT = p \cdot q$$

i que els costos totals són, per definició, el conjunt de costos variables i fixos:

$$CT = CV + CF$$

s'obtenen, per tant, les dues formules següents

$$\text{Unitats venudes del llindar de rendibilitat} = \frac{\text{Costos fixos}}{\text{preu} - \text{cost variable unitari}}$$

quan el punt mort s'expressa en unitats, és a dir el nombre d'unitats que cal vendre per a cobrir els costos tant fixos com variables

ó

$$\text{Vendes del llindar de rendibilitat} = \frac{\text{Costos fixes}}{1 - \frac{\text{Cost variable unitari}}{\text{preu}}}$$

quan s'expressa en unitats monetàries (€)

Òbviament el resultat que s'obté d'aquesta segona expressió es pot deduir correctament també, en multiplicar la primera pel corresponent preu de venda del producte.

a)

Hem d'obtenir abans la xifra de costos fixos i el cost variable unitari. En el nostre cas:

Cost variable unitari		
Preu de compra de la gasolina	*0.54 €.*	
Promoció	*0.06 €*	
TOTAL		*0.60 €*

Costos fixes		
Despeses de personal	*1.700 €.*	
Lloguer	*1.300 €*	
Manteniment	*600 €*	
Altres costos (electricitat, etc.)	*900 €*	
TOTAL		*4.500 €*

En aplicació del que s'ha exposat en els anteriors paràgrafs el nombre de litres que haurà de vendre la gasolinera abans de no incórrer en pèrdues és:

$$\text{Litres mínims} = \frac{4.500}{0.75 - 0.60} = 30.000 \text{ litres}$$

$$\text{Vendes mínimes} = \frac{4.500}{1 - (0.60 / 0.75)} = 22.500 \text{ €}$$

b)

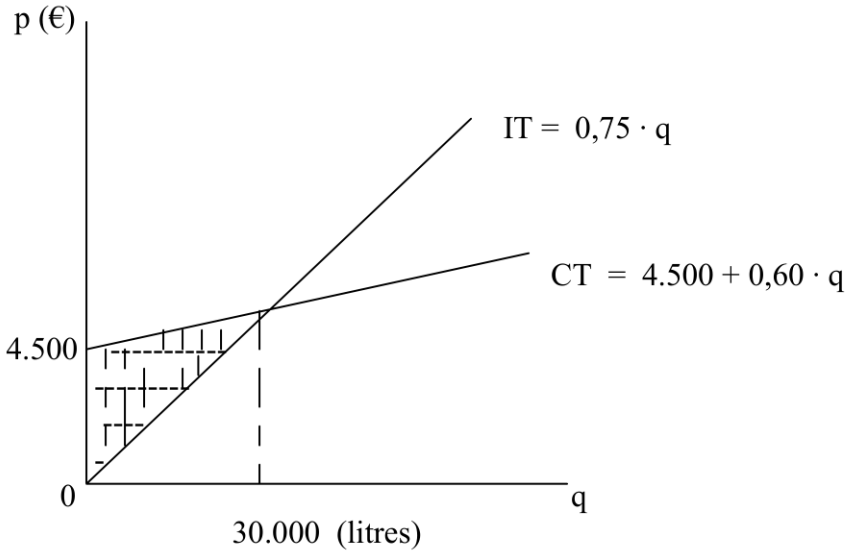
Amb un 10 % d'augment en el nombre de litres venuts, la gasolinera passaria de comercialitzar (24.000 / 0.75 =) 32.000 litres a 35.200 litres per setmana. Segons l'enunciat aquest fet afectaria al preu de compra de benzina, aconseguint-se una rebaixa del preu d'adquisició de 0.54 € a 0.51 € Els costos unitaris assolirien la xifra de (0.51 + 0.06 =) 0.57 €, mentre que els fixos no variarien.

El benefici de l'empresa s'obté en el present cas:

$$\text{Benefici} = 0.75 \cdot q - (4.500 + 0.57 \cdot q) = 0.18 \cdot q - 4.500$$

$$\text{Benefici} = (0.18 \cdot 35.200) - 4.500 = 6.336 - 4.500 = 1.836 \text{ €}$$

c)



d)

El llindar de rendibilitat permet a l'empresa patrimonial saber quina quantitat ha de vendre la gasolinera, com a mínim, per no perdre diners. A partir d'aquesta quantitat tindrà beneficis i en cas de no arribar-hi, obtindria pèrdues.

En el cas de l'enunciat les xifres demostren que la gasolinera és poc per sobre del punt mort, per la qual cosa aportarà beneficis, malgrat que en poca quantitat. Cal suposar que la majoria d'assessors no aconsellarien aquesta inversió pels escassos beneficis que aporta la gasolinera.

PAUTA DE CORRECCIÓ:

En els dos primers apartats, més que la exactitud numèrica, s'ha d'avaluar l'encert en l'assignació dels costos i la correcció en l'aplicació de les fórmules, és a dir la comprensió del què es demana a l'enunciat.
Si bé en el darrer apartat sembla lògica la conclusió exposada, el corrector avaluarà també com a correcta la resposta de l'alumne en sentit contrari, sempre que basi la seva explicació en el fet que la gasolinera dóna beneficis (tot ignorant la relativitat del seu import) i que mantingui una coherència en els arguments adduïts.

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

Exercici 3

NOTA:
Atès l'inusual caràcter obert d'aquest exercici, en el qual es pretén que el corrector avaluï la coherència entre les propostes i les justificacions adduïdes per l'alumne, el present solucionari intenta tan sols recordar breument (i sense ànim d'exhaustivitat) els criteris en els que han de basar els alumnes la seva argumentació

a)
Els arguments a emprar per a la ubicació d'una empresa poden resumir-se en els següents criteris:

- *Costos de terrenys i/o construcció*
- *Proximitat al mercat, bàsicament a la demanda*
- *Facilitat de connexió amb proveïdors*
- *Facilitat d'accés a primeres matèries i/o altres aprovisionaments*
- *Avantatges del mercat laboral: prestacions més grans, flexibilitat de la normativa, etc.*
- *Costos i qualificació del personal*
- *Fiabilitat dels sistema de comunicacions*
- *Ajuts de les administracions públiques*
- *...*

b)
Una empresa pot adoptar una de les formes jurídiques següents:

- *Empresari individual*
- *Societats personalistes (sense limitació de responsabilitat)*
  - *Societat col·lectiva*
  - *Societat comanditària*
- *Societats capitalistes (amb limitació de responsabilitat)*
  - *Societat de Responsabilitat Limitada (S.L.)*
  - *Societat Anònima (S.A.)*
  - *Societats d'Economia Social, entre les quals:*
    - *Cooperatives*
    - *Societats Anònimes Laborals*
    - *Mútues, etc.*

PAUTES DE CORRECCIÓ

Com ja s'ha esmentat l'exercici pretén que el corrector avaluï la coherència entre les propostes i les justificacions adduïdes per l'alumne.

114. PAU 2001 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 3 (Opció A)

Exercici 3

No existeix en la literatura econòmica un mínim d'acord quan es tracta de definir quan ha de considerar-se una empresa gran o petita; malgrat tot hi ha un consens en reconèixer uns quants criteris com els més habituals, malgrat que tampoc hi ha coincidència alhora de quantificar els límits que permeten establir les subdivisions de cadascuna de les possibles classificacions.
A la pràctica s'empra habitualment algun dels criteris següents en establir una classificació d'empreses industrials:

- *nombre de treballadors*
- *volum de facturació (vendes o xifra de negoci)*
- *import dels actius*
- *valor dels fons propis*
- *import de l'immobilitzat net o de les inversions*
- *volum de beneficis*
- *recursos aliens o deutes de l'empresa*
- *valor afegit a la producció*
- *fluxos de caixa...*

La Unió Europea ha establert els següents intervals per als tres primers criteris, malgrat que pot resultar de poca significació en el cas espanyol, concretament:

Empresa petita

- *té menys de 50 treballadors*
- *el seu volum de facturació no supera 5.410.000 euros*
- *l'import dels actius (nets) no supera la xifra de 1.500.000 euros*

Empresa mitjana

- *té entre 50 i 250 treballadors*
- *el seu volum de facturació és superior 5.410.000 euros i inferior a 11.420.000 euros*
- *l'import dels actius (nets) és superior a 1.500.000 euros i inferior a 3.000.000 euros*

Empresa gran

- *té més de 250 treballadors*
- *el seu volum de facturació no supera 11.420.000 euros*
- *l'import dels actius (nets) supera la xifra de 3.000.000 euros*

PAUTA DE CORRECCIÓ:

Hom haurà de considerar vàlidament respost l'exercici quan l'alumne faci esment, com a mínim, dels dos/tres criteris més habituals (els definits en primer lloc en l'anterior solucionari) de classificació de les empreses per dimensió, sempre que quantifiqui, també com a mínim, un d'ells.

115. PAU 2001 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Per entorn d'una empresa s'entén els agents i/o factors econòmics externs a l'organització que influeixen les activitats empresarials o tenen relació amb l'empresa. Es poden citar els següents:

- *els clients*
- *els proveïdors o subministradors*
- *els competidors*
- *l'administració (estatal, autonòmica, local...)*
- *les institucions financeres*
- *les infrastructures*
- *el (tipus de) mercat (entès com a mecanisme d'assignació)*
- *l'ordenament legal i el sistema polític*
- *la tecnologia existent en el país*
- *les característiques del territori*
- *el nivell cultural de la població...*

PAUTA DE CORRECCIÓ:

En aquest exercici s'ha de valorar tan la correcta enumeració d'agents i /o factors de l'entorn, com la correcció de les definicions emprades per a explicar-los.

116. PAU 2001 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 1

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

117. PAU 2001 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 3 (Opció A)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

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

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

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

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

120. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 3 (Opció A)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

121. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 5 (Opció A)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.

122. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

A més de la justificació teòrica basada en la llei de l'oferta i la demanda, hi ha altres motius que expliquen a la pràctica com es determinen els preus dels productes d'una empresa, a saber: els costos i la competència. Expliqueu aquests criteris de fixació de preus i opineu sobre la conveniència d'emprar-ne l'un o l'altre. (1 punt)

SOLUCIÓ:

Quan l'empresa té en consideració els costos de producció i/o d'adquisició dels productes, els preus es determinen incrementant el valor unitari d'aquests costos amb un cert marge de benefici, habitualment concretat en un percentatge. Hi ha diverses maneres de dur a terme aquest càlcul segons si en les xifres de costos s'inclouen, o no, els costos fixos.

Quan l'empresa adopta la decisió atenent a la competència, els preus es fixen en relació amb els de les empreses competidores que ofereixen articles similars o que satisfan necessitats idèntiques dels consumidors. La fixació de preus depèn, per tant, de la política i/o estratègia que segueix l'empresa: el seu import pot situar-se per sota, per sobre o coincidir amb el de les altres empreses.

Tradicionalment s'ha pensat que la fixació de preus de venda ha de respondre a motius interns i, per tant, aquests s'han basat en els costos. La existència en l'actualitat de mercats fortament competitius i força connectats entre sí - fet que comporta una forta correlació entre els preus dels productes, malgrat ser fabricats per empreses diferents - obliga l'empresari a incloure en la seva anàlisi els preus existents en el mercat, si no vol córrer el risc de posar un de tan elevat que dificulti la comercialització dels seus productes.

PAUTA DE CORRECCIÓ:

Hom valorarà, més que la coincidència en la resposta considerada vàlida en aquest solucionari, la correcció formal del comentari de l'alumne.

123. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 4 (Opció B)

Exercici 4

Estabiu la diferència entre les activitats de publicitat d'un producte i les de promoció. Il·lustreu el vostre raonament amb un exemple. (1 punt)

SOLUCIÓ:

Sota el concepte de "publicitat" s'engloben totes les accions que permeten transmetre, per mitjà dels mitjans de comunicació, informació no personalitzada d'un producte amb l'objectiu de fer-lo més pròxim al consumidor, de provocar-li el consum o, si més no, de canviar la seva actitud i/o comportament vers l'objecte anunciat. L'empresa és la responsable de la informació que conté la publicitat, essent el mitjà de comunicació - a canvi de la corresponent remuneració - un simple instrument de difusió del contingut publicitari.

Per promoció (de vendes) s'entén el conjunt d'activitats que temporalment l'empresa du a terme per tal d'estimular la demanda o d'augmentar les vendes. Les promocions adreçades directament al consumidor poden consistir en reduccions de les quantitats que ha de pagar (rebaixes, obsequi d'unitats addicionals a les adquirides, cupons de descompte...) o simplement en donacions (concursos, regals, mostres gratuïtes...). Les promocions poden estar dissenyades també per als intermediaris i consten habitualment de demostracions, exposicions de productes, presència en fires i/o congressos

PAUTA DE CORRECCIÓ:

S'avalua bàsicament que l'alumne demostri que entén els conceptes, objecte de la pregunta, i que, per tant, pot establir diferències entre ells. No es valora negativament la no completa adequació de l'exemple proposat per l'alumne, atès que només es demana per tal de facilitar-li la resposta.

124. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 6 · Exercici 5 (Opció A)

Exercici 5

Feu una llista dels motius que poden fer decidir la ubicació d'una empresa en un lloc o en un altre i expliqueu-los. (1 punt)

SOLUCIÓ:

La demanda del mercat
El proveïment de les primeres matèries
El mercat de treball
Les comunicacions i el transport
Els subministraments
Ubicació dels clients potencials
Ubicació dels principals proveïdors
Cost de la construcció i dels solars
La legislació
Causes d'inversió i finançament
Desenvolupament de la regió

PAUTA DE CORRECCIÓ:

Es considera raonablement respost l'exercici si l'alumne cita dos o tres dels motius més habituals (comunicacions, connexió amb proveïdors / clients...), malgrat que no empri una terminologia totalment correcta

125. PAU 2000 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 4 (Opció A)

Exercici 4

Les empreses es poden classificar atenent diversos criteris, a saber: segons la seva grandària, segons l'activitat que desenvolupen, segons la propietat del capital o segons llur forma jurídica. Expliqueu detalladament un mínim de dues d'aquestes classificacions. (1 punt)

SOLUCIÓ :

Segons la grandària de l'empresa : **Gran, mitjana o petita empresa**
Segons el sector d'activitat en el que actuen : **Primari, secundari o terciari.**
Segons la propietat de capital : **Empresa privada o pública**
Segons l'estructura jurídica : **Empresa individual, empresa amb socis.**

PAUTA DE CORRECCIÓ:

El corrector avaluarà positivament l'explicació de l'alumne quan resti evident que sap establir, de forma clara i coherent, una classificació d'empreses senzilla. És per això que no s'ha inclòs en el solucionari anterior referències de definició dels subgrups, com ara el nombre de treballadors o la xifra de facturació (segons, per exemple, la normativa de la Unió Europea), etc.

126. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció A)

Solució no disponible: la pauta oficial no la inclou o no s'ha pogut localitzar.