



Economia de l'empresa

Sèrie 1

INSTRUCCIONS

La prova consta de cinc exercicis distribuïts en dues parts.

- PRIMERA PART: exercicis 1 i 2.
- SEGONA PART: trieu i resoleu TRES dels cinc exercicis que es proposen.
Indiqueu clarament quins heu escollit. En cas que respongueu més de tres exercicis, només es valoraran els tres primers.

PRIMERA PART

Exercici 1

[4 punts en total]

CANTIS, SA, és una empresa dedicada a la comercialització d'objectes de ceràmica. De la seva comptabilitat, un cop acabat l'exercici 2023, se n'extreuen les dades següents, referides al seu patrimoni:

Concepte	Import	Concepte	Import
Bancs	14.400 €	Mobiliari	18.400 €
Proveïdors	18.300 €	Equips per a processament d'informació	5.000 €
Resultat de l'exercici	6.800 €	Proveïdors d'immobilitzat a llarg termini	9.500 €
Mercaderies	15.400 €	Caixa	1.900 €
Terrenys i construccions (destinats a l'activitat productiva de l'empresa)	78.500 €	Aplicacions informàtiques	2.100 €
Capital social	60.000 €	Creditors per prestació de serveis	26.000 €
Reserves	14.500 €	Clients	1.200 €
Hisenda pública creditora per conceptes fiscals	1.800 €		

a) Classifiqueu els comptes anteriors en masses patrimonials i elaboreu el balanç de situació de CANTIS, SA, a 31 de desembre de 2023, ordenant aquestes masses patrimonials segons el que estableix el Pla general comptable.

[1 punt]

b) Definiu el concepte de «fons de maniobra», calculeu-lo per a aquest cas en concret i interpreteu-ne el resultat.

[1 punt]

c) Calculeu la ràtio d'endeutament, estructura del deute i liquiditat i, a partir de les dades obtingudes, comenteu la situació financera de l'empresa.

[1 punt]

d) Com variarà la situació financera de l'empresa, si aquesta sol·licita un préstec de 20.000 €, a retornar en 5 anys, a una entitat financera, i aquesta l'hi concedeix.

[1 punt]

Exercici 2

[3 punts en total]

CLIMAT, SL, és una empresa dedicada a la fabricació i instal·lació d'estufes de pèl·let. Es coneixen les dades següents, referides als costos en què incorre aquesta empresa:

Lloguer del local:	2.600 €/mes
Despeses de personal:	5.800 €/mes
Servei de neteja:	700 €/mes
Despeses de subministraments:	660 €/mes
Matèries primeres:	870 €/estufa
Despeses d'instal·lació:	210 €/estufa

CLIMAT, SL, està pensant a fer una campanya de promoció, que durarà sis mesos, per la qual ven i instal·la l'estufa al client per un import total de 2.300 €.

a) El departament comercial de l'empresa ha realitzat un estudi de mercat segons el qual, durant la campanya, es preveu que es vendran i instal·laran 75 estufes. Calculeu el benefici previst que obtindrà l'empresa durant aquests sis mesos.

[1 punt]

b) Calculeu el nombre mínim d'estufes que s'han de vendre i instal·lar perquè CLIMAT, SL, no perdi diners amb aquesta campanya.

[1 punt]

c) A quin concepte fan referència els càlculs fets a l'apartat anterior? Definiu aquest concepte i interpreteu el resultat obtingut a l'apartat b.

[1 punt]

SEGONA PART

Dels cinc exercicis següents, escolliu-ne només TRES.

Exercici 3

[1 punt]

Una empresa que comercialitza mobles té al magatzem, a dia 1 de gener, 150 taules. Cadascuna d'aquestes taules la va comprar per 25 € i, a més, les despeses de transport van ser de 4 € per unitat.

El dia 15 de gener va comprar 100 taules més, a 30 € la unitat, pagant 220 € per despeses de transport d'aquesta comanda.

El dia 23 de gener va vendre 225 taules.

Realitzeu la valoració de les existències finals de taules al magatzem d'aquesta empresa pel mètode PMP (preu mitjà ponderat) i pel mètode FIFO (*first in first out*).

Exercici 4

[1 punt: es restaran 0,2 punts per cada resposta errònia]

Assenyaleu amb una creu quines de les característiques següents corresponen a una societat anònima.

El títol que representa una part del capital social d'una societat anònima s'anomena acció.	
La transmissió de les accions és lliure entre socis i familiars de primer grau, però està limitada a tercers.	
La responsabilitat dels socis està limitada al capital aportat.	
Els socis d'una societat anònima no tenen dret a la gestió de la societat.	
El capital mínim per constituir una societat anònima és de 30.000 €.	
El capital social ha d'estar totalment desemborsat en el moment de la fundació.	
Es pot constituir una societat anònima amb un sol soci, que pot ser una persona física o jurídica.	
Pot haver-hi socis, anomenats industrials, que ho són pel fet d'aportar treball (no capital) a l'empresa.	
En el moment de la fundació, és obligatòria la inscripció de l'empresa en el Registre Mercantil.	
La societat anònima haurà de pagar una part dels beneficis obtinguts com a impostos en concepte d'IRPF.	

Exercici 5

[1 punt]

Una empresa té la possibilitat de fer una inversió que li suposaria un desemborsament inicial de 33.000 €. Amb aquesta inversió, que té un horitzó temporal de 4 anys, obtindrà un flux net de caixa el primer any de 8.000 € i, cada any, anirà augmentant un 10 % respecte a l'anterior. Calculeu el valor actual net (VAN) d'aquesta inversió, considerant una taxa d'actualització del 7 %, i aconselleu l'empresa sobre la conveniència o no de fer aquesta inversió segons aquest criteri.

Exercici 6

[1 punt]

L'empresa PINTS, SA, dedicada a la fabricació de pintures, està fent una anàlisi de la seva situació de cara a establir un pla estratègic per als propers 8 anys. La comissió encarregada d'elaborar-la ha arribat a les conclusions següents:

1. És una empresa molt endeutada, que es finança majoritàriament amb recursos aliens.
2. Els darrers anys han aparegut al mercat altres empreses que comercialitzen pintura a uns preus molt competitius.
3. La majoria dels treballadors són altament qualificats i amb molta experiència, ja que la plantilla és molt estable.
4. La maquinària i les instal·lacions són obsoletes, la qual cosa encareix el cost de producció.
5. Els proveïdors de matèries primeres els ofereixen terminis de pagament de fins a 90 dies; això els permet tenir cicles de caixa negatius.
6. Possibilitat d'internacionalitzar l'empresa i vendre els seus productes a nous mercats de països sud-americans.
7. Previsió d'enduriment de la legislació en matèria mediambiental (tractament de residus), cosa que farà augmentar els costos.
8. Un estudi de mercat ha revelat que la marca de l'empresa és molt coneguda pels clients potencials.

A partir de la informació anterior, elaboreu la corresponent matriu DAFO. No cal que copieu les frases. Les podeu identificar amb el número corresponent.

Exercici 7

[1 punt]

Relacioneu les definicions de la taula 1 amb els conceptes de la taula 2, segons corresponguin a les definicions. Tingueu en compte que hi ha dos conceptes que sobren i no corresponen a cap definició.

Taula 1

	Definició	Concepte
1.	Persona que ni compra ni consumeix un producte, però la seva opinió és determinant per a l'adquisició i ús d'aquest producte.	
2.	Tipus de mercat en què la variació del preu d'un producte no afecta significativament a la quantitat demandada d'aquest producte.	
3.	Estratègia de preus que consisteix en què aquests siguin alts, normalment quan s'introdueix un producte, per obtenir beneficis ràpids.	
4.	Tipus de mercat que es caracteritza per l'existència d'un gran nombre d'oferents d'un producte diferenciat.	
5.	Conjunt de tècniques utilitzades per promocionar el producte en el mateix punt de venda, i afavorir així la compra per part del client.	
6.	Conjunt de clients que demanden productes de característiques similars.	
7.	Percentatge que representa les vendes d'una empresa respecte a les vendes de totes les empreses d'un mercat.	
8.	Procés que té com a objectiu obtenir informació rellevant, fiable i suficient, per tal de poder establir una estratègia de màrqueting adequada.	
9.	Tipus de mercat en què les empreses són demandants.	
10.	Import màxim de les vendes que una empresa pot assolir en un moment determinat. Està format pels clients actuals, i aquells que encara no ho són, però poden arribar a ser-ho.	

Taula 2

a.	Desnatació (o <i>descremació</i>) del mercat.		g.	Marxandatge.
b.	Mercat de factors de producció.		h.	Quota de mercat.
c.	Mercat potencial.		i.	Mercat de demanda inelàstica.
d.	Segment de mercat.		j.	Estratègia de diferenciació.
e.	Mercat de competència perfecta.		k.	Mercat de competència monopolística.
f.	Prescriptor.		m.	Estudi de mercat.

