



Sèrie 2

L'enunciat consta de sis exercicis dels quals l'estudiant n'haurà de triar i respondre cinc. Cada exercici val 2 punts.

En cas que l'estudiant respongui tots els exercicis, només es valoraran els cinc primers a efectes de correcció i puntuació.

Exercici 1

L'empresa SALIPEBRE, S.L. presenta a 31 de desembre de 2017 un actiu de 320.000 €, que està finançat al 62% per fons propis (patrimoni net). La taula adjunta mostra informació relativa al seu compte de pèrdues i guanys corresponents a aquest exercici.

Ingressos per arrendaments	12.000 €
Amortització d'immobilitzat	2.500 €
Compres de matèries primeres	24.000 €
Vendes de productes acabats	114.000 €
Ingressos financers	33.000 €
Prima d'assegurances	1.700 €
Altres serveis (telèfon)	700 €
Despeses financeres	22.900 €
Reparacions i conservació	11.000 €
Despeses de publicitat	5.200 €
Serveis bancaris i similars	3.100 €
Despeses de transport	9.200 €
Despeses de personal	24.500 €
Despeses d'energia i carburants	8.800 €
Impost sobre el benefici	30%

1.1. A partir d'aquestes dades elaboreu el compte de pèrdues i guanys d'aquesta empresa, amb tots els seus apartats. [1 punt]

1.2. Calculeu la rendibilitat econòmica de SALIPEBRE i interpreteu-ne el resultat obtingut.

[0,5 punts]

1.3. Calculeu la rendibilitat financera de SALIPEBRE i interpreteu-ne el resultat obtingut.

[0,5 punts]

1.1. Compte de pèrdues i guanys:

+ Ingressos d'explotació	126.000 €
Import net de la xifra de negocis	114.000 €
Variació de les existències de productes acabats i en curs	



Altres ingressos d'explotació	12.000 €
- Despeses d'explotació	90.700 €
Proveïments (Compres +- Variació d'existències comercials i matèries primeres)	24.000 €
Despeses de personal	24.500 €
Amortització de l'immobilitzat	2.500 €
Altres despeses d'explotació (telèfon+publicitat+serveis bancaris+assegurança+energia+transport+reparacions)	39.700 €
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ = RESULTAT ABANS D'INTERESOS I IMPOSTOS (BAII)=	35.300 €
+ Ingressos financers	33.000 €
- Despeses financeres	22.900 €
RESULTAT FINANCER	10.100 €
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI) =	45.400 €
- Impost sobre beneficis (30%)	13.620 €
RESULTAT NET (BN) =	31.780 €

PUNTUACIÓ:

0,2 punts per al càlcul dels Ingressos d'explotació,
0,2 punts per al càlcul de les Despeses d'explotació,
0,2 punts per al càlcul del resultat d'explotació o BAI,
0,1 punt per al resultat financer,
0,1 punts per al el BAI,
0,2 punts per al benefici net,
Puntuació total: $0,2 + 0,2 + 0,2 + 0,1 + 0,1 + 0,2 = 1$ punt.

1.2. Rendibilitat econòmica:

Rendibilitat econòmica = (BAII / Total Actiu) x 100 = (35.300 / 320.000)x100 = 11,03 %

La rendibilitat econòmica representa el rendiment de l'actiu. És a dir, ens diu el nombre d'euros de rendiment expressat en el BAI que obté l'empresa per cada euro invertit en actiu. Per tant, és el resultat de la relació entre el benefici abans d'interessos i impostos conseqüència de l'activitat empresarial a l'exercici (resultat entre els ingressos menys les despeses, deixant fóra els resultats financers) i el total d'actiu de l'empresa.

En aquest cas la rendibilitat econòmica és del 11,03%, per tant l'empresa obté un rendiment de 0,1103 euros (11 cèntims d'euro) per cada euro invertit en l'actiu, o el que es el mateix obté 11 euros de BAI per cada 100 euros d'actiu.



PUNTUACIÓ:

0,25 punts per al càlcul (0,15 per al plantejament i 0,10 per al resultat)

0,25 punts per la interpretació del resultat obtingut.

Puntuació total: $0,25 + 0,25 = 0,5$ punts.

1.3. Rendibilitat financera:

Patrimoni Net = 62% del Actiu = $0,62 \cdot 320.000 = 198.400$ euros

Rendibilitat financera = (Benefici Net / Patrimoni Net) x 100 = $(31.780 / 198.400) \times 100 = 16,02\%$

La rendibilitat financera ens dona la relació entre el benefici net de l'exercici (descomptant ja els interessos i els impostos) i els recursos propis de l'empresa (patrimoni net de la mateixa).

En aquest cas, el resultat de la rendibilitat financera es del 16,02%, el que vol dir que l'empresa ha obtingut 0,1602 euros de benefici net per cada euro de patrimoni net o recursos propis que estan finançant la mateixa.

PUNTUACIÓ:

0,25 punts per al càlcul (0,15 per al plantejament i 0,10 per al resultat)

0,25 punts per la interpretació del resultat obtingut.

Puntuació total: $0,25 + 0,25 = 0,5$ punts.

Exercici 2

2.1. Ompliu els buits següents amb el terme que considereu més convenient.

[1,2 punts]

A. El que paguen les societats mercantils pels beneficis que obtenen i en el qual la quantitat que s'ha de pagar és proporcional al benefici obtingut es denomina _____.

B. En el compte de pèrdues i guanys, la diferència entre els ingressos i les despeses financeres es denomina _____.

C. La quantitat de diners que l'empresa té a la caixa, dipositada en comptes corrents en el banc o en altres tipus de productes financers es denomina _____.

D. La massa patrimonial formada per tots els deutes de l'empresa amb un venciment igual o inferior a l'any, és a dir, per deutes a curt termini és _____.

E. Els beneficis no distribuïts i acumulats per l'empresa, normalment com a conseqüència de no repartir uns determinats dividendes es denominen _____.

F. La situació que es produeix quan l'empresa no pot fer front als deutes amb el seu patrimoni es denomina _____.

G. La ràtio de mesura el pes del deute i es considera que permet avaluar la distància amb relació als problemes de solvència a llarg termini es denomina _____.

H. La diferència entre l'actiu corrent i el passiu corrent es denomina _____. El seu estudi és fonamental per a l'anàlisi patrimonial i financera de l'empresa.



I. El nombre de dies que, de mitjana, es triga a fabricar els productes es denomina _____.

J. El nombre mitjà de dies que, de mitjana, es triga a cobrar als clients es denomina _____.

K. Els immobles que es posseeixen per obtenir rendes, plusvàlues o ambdues (inversions en terrenys i béns naturals, inversions en construccions) es denominen _____.

L. Les quantitats satisfetes per la propietat o pel dret d'utilització de programes informàtics corresponen al compte de _____.

2.2. Quina informació subministren els diferents comptes anuals que ha de presentar una empresa, segons el Pla General Comptable?

[0,5 punts]

2.3. Defineix els conceptes següents:

- ✓ Equilibri patrimonial,
- ✓ Equilibri financer,
- ✓ Equilibri econòmic.

[0,3 punts]

2.1.

A. impost de societats.

B. resultat financer.

C. disponible.

D. el passiu corrent.

E. reserves.

F. insolvència.

G. ràtio de garantia.

H. fons de maniobra.

I. període mitjà de fabricació (PMf).

J. període mitjà de cobrament (PMc).

K. inversions immobiliàries.

L. aplicacions informàtiques.

PUNTUACIÓ: 0,10 punts per a cadascun dels conceptes. Puntuació total: $12 \times 0,1 = 1,2$ punts



2.2.

Comptes anuals:

Balanç de situació: situació financera de l'empresa al tancament d'un exercici econòmic determinat.

Compte de pèrdues i guanys: rendiment de l'empresa durant un exercici, fruit de la seva activitat.

Esta de fluxos d'efectiu: canvis en la posició monetària d'un exercici a un altre.

Estat de canvis en el patrimoni net: canvis en la composició del patrimoni net de l'empresa d'un exercici a l'altre.

Memòria: informació quantitativa i qualitativa rellevant per a la presa de decisions, no inclosa en els estats anteriors.

PUNTUACIÓ: 0,10 punts per a cadascun dels comptes anuals. Puntuació total: $5 \times 0,1 = 0,5$ punts

2.3.

Equilibri patrimonial: és la igualtat bàsica en l'àmbit comptable (actiu = patrimoni net i passiu), de manera que les masses patrimonials integrants presentin unes correlacions que garanteixin el funcionament de l'empresa.

Equilibri financer: és l'anàlisi que tracta de que l'empesa estigui en disposició de fer els pagaments i satisfer les obligacions inherents a la seva activitat en els terminis establerts.

Equilibri econòmic: és l'anàlisi per comprovar que la rendibilitat de l'empresa sigui conseqüent amb les inversions dutes a terme, amb els recursos financers emprats i amb la situació relativa a l'empresa en el seu mercat.

PUNTUACIÓ: 0,10 punts per a cadascuna de les definicions. Puntuació total: $3 \times 0,1 = 0,3$ punts

Exercici 3

L'empresa Iniciatives de Turisme d'Interior (ITI), S.L. s'ha de decidir entre dues propostes alternatives, A1 i A2, per a la posada en marxa d'un nou servei. El desemborsament inicial necessari, així com el conjunt de cobraments i pagaments previstos al llarg dels cinc anys de durada del nou servei (segons les dues alternatives), són els de la taula següent.

Conceptes	Proposta A1	Proposta A2
Desemborsament inicial	400.000 €	600.000 €
Cobraments any 1	200.000 €	300.000 €
Pagaments any 1	100.000 €	150.000 €
Cobraments any 2	250.000 €	350.000 €
Pagaments any 2	150.000 €	200.000 €



Cobraments any 3	350.000 €	400.000 €
Pagaments any 3	150.000 €	100.000 €
Cobraments any 4	250.000 €	350.000 €
Pagaments any 4	150.000 €	200.000 €
Cobraments any 5	200.000 €	300.000 €
Pagaments any 5	100.000 €	150.000 €

3.1. Determineu quina de les dues propostes és millor per a posar en marxa el projecte del nou servei segons el criteri del valor actual net (VAN) per a un tipus d'interès del 5%. [1 punt]

3.2. Quina de les dues alternatives triaríeu segons el criteri del termini de recuperació o *payback*? [0,50 punts]

3.3. Per a quina inversió inicial de la proposta A1 seria indiferent l'elecció entre A1 i A2, segons el criteri del VAN al 5% d'interès? [0,50 punts]

3.1.

Any	Conceptes	Projecte A1	Projecte A2
0	Desemborsament inicial	-400.000,00 €	-600.000,00 €
1	Flux Caixa Net any 1	100.000,00 €	150.000,00 €
2	Flux Caixa Net any 2	100.000,00 €	150.000,00 €
3	Flux Caixa Net any 3	200.000,00 €	300.000,00 €
4	Flux Caixa Net any 4	100.000,00 €	150.000,00 €
5	Flux Caixa Net any 5	100.000,00 €	150.000,00 €

$$VAN (A1) = -400.000 + 100.000 / (1+0.05)^1 + 100.000 / (1+0.05)^2 + 200.000 / (1+0.05)^3 + 100.000 / (1+0.05)^4 + 100.000 / (1+0.05)^5 = 119.331,43 \text{ €}$$

$$VAN (A2) = -600.000 + 150.000 / (1+0.05)^1 + 150.000 / (1+0.05)^2 + 300.000 / (1+0.05)^3 + 150.000 / (1+0.05)^4 + 150.000 / (1+0.05)^5 = 178.997,14 \text{ €}$$

El projecte A2 és més rendible segons el criteri VAN que el projecte A1 (ja que el seu VAN és superior).

PUNTUACIÓ: 0,4 punts per a cada càlcul dels dos VANs (si està mal calculat però ben plantejat 0,2 punts) i 0,2 punts per a la interpretació de la selecció final de la millor proposta. Puntuació total: 1 punt.

3.2.

Proposta A1:

$$400.000 = 100.000 + 100.000 + 200.000$$

Recuperarà el desemborsament inicial al final del tercer any

Proposta A2:

$$600.000 = 150.000 + 150.000 + 300.000$$



Recuperarà el desemborsament inicial al final del tercer any

Segons el criteri del termini de recuperació, le dues propostes són indiferents.

PUNTUACIÓ: 0,2 punts per a cada càlcul dels dos terminis de recuperació i 0,1 punt per a la interpretació de la selecció final de la millor proposta. Puntuació total: 0,5 punts.

3.3.

Per a que els dos VANs siguin iguals:

$$\text{VAN}(A1) = \text{VAN}(A2) = -D_0 + 100.000 / (1+0.05)^1 + 100.000 / (1+0.05)^2 + 200.000 / (1+0.05)^3 + 100.000 / (1+0.05)^4 + 100.000 / (1+0.05)^5 = 178.997,14 \text{ €}$$

Per tant:

$$D_0 = 340.334,29 \text{ €}$$

PUNTUACIÓ: Puntuació total: 0,5 punts.

Exercici 4

El Miquel Mateu ha obert una botiga de venda de samarretes pintades a demanda de forma artesanal en un poblet de la Costa Brava. Aquest emprenedor ha estimat el següent:

- ✓ Els costos fixos del negoci seran de 20.000 € anuals.
- ✓ El preu de venda unitari de les samarretes pintades serà de 30 €
- ✓ El cost variable unitari de cada samarreta serà de 10 €

4.1. Quantes samarretes ha de vendre el Miquel anualment, per tal d'arribar al punt mort? A quin volum d'ingressos correspon aquest punt? I de costos totals? [0,9 punts]

4.2. El Miquel creu que, a la fi del primer any de funcionament de la botiga, haurà venut 1.800 samarretes. Quins beneficis obtindria si es complís aquesta previsió? [0,3 punts]

4.3. Si el proveïdor de samarretes fes incrementar el cost variable unitari a 15 €, però el Miquel, per mantenir la clientela, mantingués el preu de venda al públic a 30 €, ¿quantes samarretes hauria de vendre per seguir tenint el volum de beneficis calculat a l'apartat anterior? [0,3 punts]

4.4. Defineix els conceptes següents: [0,5 punts]

- ✓ Punt mort
- ✓ Esperit emprenedor
- ✓ Pla d'empresa

4.1.

$$CF = 20.000 \text{ €/any}$$



$$p = 30 \text{ €unitat}$$

$$CVu = 10 \text{ €unitat}$$

Volum de producció i venda en el punt mort:

$$PMuf = CF / (p - CVu) = 20.000 / (30 - 10) = 1.000 \text{ pitets}$$

$$\text{Ingressos totals: } IT = Q * P = 1.000 \text{ pitets} * 30 \text{ €} = 30.000 \text{ €}$$

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

$$\text{Costos totals: } CT = CF + CVu * Q = 20.000 \text{ €} + 10 * 1.000 = 30.000 \text{ €}$$

PUNTUACIÓ:

Per al càlcul del punt mort: 0,3 punts (plantejament 0,2 i resultat correcte 0,1 punts).

Per al càlcul dels ingressos: 0,3 punts (plantejament 0,2 i resultat correcte 0,1 punts).

Per al càlcul dels costos: 0,3 punts (plantejament 0,2 i resultat correcte 0,1 punts).

En total: 0,3 + 0,3 + 0,3 = 0,9 punts. Puntuació total: 0,9 punts.

4.2.

$$B = IT - CT = P * Q - [CF + Q * CVu]$$

$$B = 30 * 1.800 - 20.000 - 1.800 * 10 = 16.000 \text{ €}$$

PUNTUACIÓ:

Per al càlcul: 0,3 punts (plantejament 0,2 i resultat correcte 0,1 punts). Puntuació total: 0,3 punts.

4.3.

$$B = Q (P - CVu) - CF$$

$$16.000 = Q (30 - 10) - 20.000 \text{ €}$$

$$Q = 2.400 \text{ €}$$

PUNTUACIÓ:

Per al càlcul: 0,3 punts (plantejament 0,2 i resultat correcte 0,1 punts). Puntuació total: 0,3 punts.

4.4.

El 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.

L'esperit emprenedor és la capacitat per posar en pràctica iniciatives pròpies o d'altres amb il·lusió, creativitat i treball.

El pla d'empresa és un document en què les persones emprenedores que volen tirar endavant una idea de negoci plasmen amb detall les característiques del projecte que volen engegar.



PUNTUACIÓ:

Per al càlcul: 0,2 punts per la definició de punt mort, 0,15 punts per la d'esperit emprenedor i 0,15 punts per la de pla d'empresa. Per tant: $0,2 + 0,15 + 0,15 = 0,5$ punts. Puntuació total: 0,5 punts.

Exercici 5

A la pàgina web del govern de la Generalitat

(http://www.govern.cat/pres_gov/AppJava/govern/monografics/211050/generalitat-impulsat-creacio-cluster-audiovisual-catalunya.html) podeu trobar el text següent en relació a la creació del Clúster de la Indústria Audiovisual de Catalunya, nascut el 26 de juny de 2013.

Radiografia del sector audiovisual català

El sector audiovisual català, dins les àrees de cinema i televisió, aglutina a Catalunya gairebé 1.700 empreses. En el període de crisi econòmica ha desaparegut bona part del teixit industrial audiovisual, amb la consegüent pèrdua de musculatura per al sector. Tot i així, la transversalitat del sector audiovisual és important, i en un grau significatiu les empreses d'altres sectors incorporen activitats audiovisuals dins el seu negoci. A Catalunya hi ha al voltant de 100 empreses de l'àmbit dels continguts digitals (videojocs, Internet i mòbils) així com un miler d'empreses d'altres sectors (publicitat, disseny especialitzat, fotografia, tecnologia, etc.), que dediquen part de la seva capacitat a la producció de continguts audiovisuals.

Les activitats amb una major concentració d'empreses són la producció de ficció i documentals i la postproducció d'imatge. En aquest sentit, és important destacar que el 53% de les empreses de la mostra realitza diverses activitats, constituint un sector molt diversificat en les seves activitats. El sector audiovisual té moltes empreses joves en el seu teixit: més d'un terç han nascut en els darrers 4 anys. A més, la major part de companyies estan ubicades a la província de Barcelona, concretament a Barcelona ciutat, constituint per tant un sector altament concentrat i amb una clara orientació local. Es tracta d'un sector compost per un gran nombre de pimes i micropimes. La primera empresa audiovisual del sector és la Televisió de Catalunya. Actua com a principal motor del sector a Catalunya i ho continuarà fent en el futur.

Tot i el context de dificultats econòmiques, el 57% de les empreses audiovisuals catalanes manifesten que han mantingut o augmentat el nombre de clients al llarg de 2012. De totes maneres, la internacionalització s'ha convertit en un aspecte clau. Una de cada tres empreses té ja experiència en internacionalització, mentre que un altre terç té intenció d'impulsar iniciatives en aquest sentit. La major part d'elles a la Unió Europea (44%), però també a Amèrica Llatina (23%), Amèrica del Nord (18%) i Àsia (18%). Per altra banda, gairebé la meitat del sector ha tingut experiències d'associació o col·laboració regular amb altres empreses del sector en iniciatives conjuntes, fet que posa de manifest que es tracta d'un sector col·laborador.

Entre les fortaleses del sector destaquen la seva tradició i capacitat d'emprenedoria, així com de manera especialment significativa la creativitat i el nombrós talent, cada cop més present a produccions d'èxit fora del territori. La capacitat d'experimentació tècnica, de creació de nous formats i la contribució de les televisions públiques al finançament i potenciació del sector són altres aspectes forts del sector audiovisual català.

El sector de l'audiovisual de Catalunya es troba davant de nombroses oportunitats com els canvis tecnològics, que obren la porta a nous formats de comunicació i models de negoci innovadors. Establir ponts de col·laboració entre els diferents agents del sector, així com amb altres àmbits com el TIC, utilitzant la Mobile World Capital com a agent dinamitzador del negoci de continguts digitals audiovisuals, esdevenen clau per desenvolupar el potencial del sector audiovisual català i la seva transversalitat a d'altres sectors econòmics.

Una vegada llegit el text, responeu les qüestions següents:

5.1. Què és un clúster? [0,25 punts]



5.2. Quines són les estratègies d'internacionalització? Establiu les seves principals característiques. [0,75 punts]

5.3. Què és una DAFO? Quins elements d'aquesta eina, per al cas del sector audiovisual català, es comenten en el text? [1 punt]

5.1.

Un clúster és un grup d'empreses interrelacionades que treballen en un mateix sector industrial i col·laboren estratègicament per a aconseguir beneficis comuns. Les empreses es troben situades geogràficament properes i col·laboren entre elles per a aconseguir ser més competitives.

PUNTUACIÓ: 0,25 punts.

5.2.

Les estratègies d'internacionalització es poden considerar un tipus concret d'estratègies de creixement del més alt nivell corporatiu.

Actualment hi ha diferents aspectes econòmics, tecnològics i competitius que es caracteritzen per pressionar, en un doble sentit, l'empresa que opera internacionalment. Per una banda, unes forces que actuen fomentant la integració global, i d'altra banda, unes altres forces que impulsen l'empresa cap a una resposta més local.

Les empreses multinacionals poden presentar diferents enfocaments estratègics en la manera d'organitzar i gestionar la seva activitat internacional, segons com reaccionin davant d'aquestes forces oposades. D'aquesta manera, si se cedeix més a les pressions locals, l'empresa acabarà adoptant una òptica multidomèstica. Però si predomina la necessitat d'integració, la multinacional serà de caràcter global. Si intenten equilibrar totes dues forces, l'enfocament serà transnacional.

Per tant,

Estratègia multidomèstica:

És la implementada per aquelles empreses que perceben amb una major intensitat les pressions localitzadores.

La seva prioritat és la sensibilitat a les diferències entre els mercats dels seus diferents països, per la qual cosa, l'empresa multidomèstica adopta una estructura descentralitzada, abordant una activitat internacional país a país, amb una elevada autonomia per als directius de les filials.

Estratègia global:

Les empreses que adopten una òptica estratègica global tracten d'eliminar la duplicitat d'activitats i funcions que presenta l'empresa multidomèstica, racionalitzant les seves activitats a escala mundial.

Per tant, interpreten el món com un únic mercat homogeni al qual ofereixen productes iguals, amb les mateixes marques, i fabricats en plantes productives especialitzades des de les quals s'abasteix a tot el món.



A diferència de les anteriors l'empresa global té una estructura molt centralitzada, on la matriu és qui té tota la capacitat de decisió i el paper de les filials és passiu, ja que es limiten a seguir les indicacions i estratègies que fixa la matriu,

A més, aquestes empreses no tenen en compte les diferències entre països, ja que el seu objectiu és aconseguir economies d'escala que els permetin ser competitives en cost.

Estratègia transnacional:

És la implementada per les empreses que operen en un àmbit mundial i volen aconseguir, simultàniament, l'eficiència global i la sensibilitat nacional.

La seva característica principal és que es tracta d'una xarxa internacional de recursos i capacitats que persegueix equilibrar forces contràries encaminades a aconseguir els avantatges d'una estratègia global, però, al mateix temps, respon de la millor manera possible a les diferents necessitats locals.

Així, les filials de cada país fan aportacions diferenciades, en funció de les circumstàncies i de les seves pròpies característiques. El paper de la matriu és de coordinació de les filials, que funcionen amb una elevada autonomia i són una font d'idees i habilitats que poden ser utilitzades i compartides en benefici del conjunt de tota la multinacional, i no només a nivell de filial.

PUNTUACIÓ: 0,15 punts per la definició d'estratègia d'internacionalització i 0,2 punts per la definició dels tres tipus. Per tant: $0,15 + 3 \times 0,2 = 0,75$ punts. Puntuació total: 0,75 punts.

5.3.

Una DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats) és una eina sovint utilitzada per a l'anàlisi de la viabilitat comercial d'una empresa. L'anàlisi d'aquests quatre factors, Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats, permeten obtenir una visió de les possibilitats d'èxit d'un projecte empresarial. Amb l'anàlisi DAFO es pretén aconseguir estudiar la realitat interna i externa d'un projecte d'iniciativa empresarial, amb l'objectiu de conèixer-ne millor les possibilitats i potencialitats.

Els quatre factors es divideixen en factors interns (debilitats i fortaleses) i en factors externs (amenaces i oportunitats):

Debilitats: aspectes del projecte empresarial en què la competència esdevé superior.

Fortaleses: aspectes del projecte empresarial en què se supera la competència.

Amenaces: impediments i dificultats de l'entorn.

Oportunitats: possibilitats d'explotar un valor afegit i un avantatge comparatiu.

En el cas del sector audiovisual català, segons es comenta en el text:

Debilitats:

No es comenten en el text.

Fortaleses:



El sector audiovisual català, dins les àrees de cinema i televisió, aglutina a Catalunya gairebé 1.700 empreses. Tot i la crisi econòmica i la pèrdua de teixit industrial audiovisual, la transversalitat del sector és important, i en un grau significatiu les empreses d'altres sectors incorporen activitats audiovisuals dins el seu negoci. A Catalunya hi ha al voltant de 100 empreses de l'àmbit dels continguts digitals (videojocs, Internet i mòbils) així com un miler d'empreses d'altres sectors (publicitat, disseny especialitzat, fotografia, tecnologia, etc.), que dediquen part de la seva capacitat a la producció de continguts audiovisuals.

El 53% de les empreses de la mostra realitza diverses activitats, constituint un sector molt diversificat en les seves activitats. El sector audiovisual té moltes empreses joves en el seu teixit: més d'un terç han nascut en els darrers 4 anys

La internacionalització s'ha convertit en un aspecte clau. Una de cada tres empreses té ja experiència en internacionalització, mentre que un altre terç té intenció d'impulsar iniciatives en aquest sentit. La major part d'elles a la Unió Europea (44%), però també a Amèrica Llatina (23%), Amèrica del Nord (18%) i Àsia (18%). Per altra banda, gairebé la meitat del sector ha tingut experiències d'associació o col·laboració regular amb altres empreses del sector en iniciatives conjuntes, fet que posa de manifest que es tracta d'un sector col·laborador.

La seva tradició i capacitat d'emprenedoria, així com de manera especialment significativa la creativitat i el nombrós talent, cada cop més present a produccions d'èxit fora del territori. La capacitat d'experimentació tècnica, de creació de nous formats i la contribució de les televisions públiques al finançament i potenciació del sector són altres aspectes forts del sector audiovisual català.

Amenaces:

En el període de crisi econòmica ha desaparegut bona part del teixit industrial audiovisual, amb la consegüent pèrdua de musculatura per al sector.

Oportunitats:

Els canvis tecnològics, que obren la porta a nous formats de comunicació i models de negoci innovadors. Establir ponts de col·laboració entre els diferents agents del sector, així com amb altres àmbits com el TIC, utilitzant la Mobile World Capital com a agent dinamitzador del negoci de continguts digitals audiovisuals, esdevenen clau per desenvolupar el potencial del sector audiovisual català i la seva transversalitat a d'altres sector econòmics.

PUNTUACIÓ: 0,2 punts per la definició de DAFO, 0,2 punts a cadascun dels elements justificats amb arguments que apareixen en el text. Per tant: $0.2 + 4 \times 0.2 = 1$ punt.
Puntuació total: 1 punt.

Exercici 6

6.1. El quocient entre l'actiu i l'exigible total s'anomena:

- a) ràtio de liquiditat.
- b) **ràtio de garantia.**
- c) ràtio de tresoreria.
- d) Cap de les respostes anteriors és correcta.

6.2. En un balanç de situació, el compte "Organismes de la Seguretat Social, creditors" es situa a:

- a) Actiu corrent.
- b) Passiu no corrent.
- c) **Passiu corrent.**
- d) Cap de les respostes anteriors és correcta.



6.3. Segons el criteri de la Taxa Interna de Rendibilitat (TIR), un projecte d'inversió serà acceptable, si:

- a) La TIR és més gran que el VAN.
- b) La TIR és més petita que el VAN.
- c) La TIR és més petita que el tipus d'interès de mercat.
- d) **La TIR és més gran que el tipus d'interès de mercat.**

6.4. Quina de les següents fonts de finançament és a llarg termini?

- a) **Emprèstit.**
- b) Descompte d'efectes.
- c) Facturatge.
- d) Totes les anteriors són fonts de finançament a curt termini

6.5. Un període mitjà de maduració molt llarg implica...

- a) menys necessitats de fons de maniobra que si fos curt.
- b) **més necessitats de fons de maniobra que si fos curt.**
- c) que el fons de maniobra sigui positiu.
- d) que el fons de maniobra sigui negatiu.

6.6. Quina de les següents és un avantatge de les pimes davant les multinacionals?

- a) Accés a millors condicions de finançament per la seva dimensió.
- b) **Major flexibilitat.**
- c) Aprofitament d'economies d'escala.
- d) Les pimes no tenen avantatges davant les multinacionals.

6.7. Una empresa que vol adaptar els seus productes als gustos de cada país necessita adoptar un estratègia d'internalització:

- a) **Multidomèstica.**
- b) Global.
- c) Transnacional.
- d) Internacional.

6.8. Segons la propietat o titularitat del capital social de les empreses, aquestes poden ser:

- a) Empreses productores o comercials.
- b) Empreses de serveis.
- c) **Empreses privades, públiques o mixtes.**
- d) Empreses del sector primari, secundari o terciari.

PUNTUACIÓ: 0,25 punts per cada resposta correcte; -0,1 si és incorrecta i 0 si no respon.

NOTA: Aquest exercici mai no podrà implicar una nota negativa que resti puntuació de la qualificació final de l'examen. En cas que la puntuació fos negativa, es considerarà com a zero.

Puntuació total: 2 punts (si totes les respostes són correctes: 8 x 0,25).