



SÈRIE 1

Exercici 1

[2,5 punts en total]

1.1

Proposta de valor: gelats artesanals, sense additius ni sucres afegits. Productes sans i naturals.

Segment de clients: gent que vol cuidar-se amb productes sans i naturals.

Canals: el formen els detallistes independents a través dels quals es distribueix el producte en el mercat espanyol

1.2

Viabilitat	Frase del text
Econòmica	buscar el llindar de rendibilitat
Tècnica	avaluar si l'empresa disposarà de prou capacitat productiva
Financera	calcular la TIR que obtindrien amb el nou projecte
Comercial	hauran de fer l'anàlisi DAFO



Funcionament de l'Empresa i Disseny de Model de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2026, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

1.3

El nou model de negoci que es proposa és la franquícia, on Girocream actua com a empresa franquiciadora.

Avantatges del model de franquícia per al franquiciador Girocream (només 1)

1. Més notorietat i presència al mercat.
2. Possibilitat d'obtenció d'economies d'escala a la producció.
3. Menor inversió per expansió comercial.
4. Expansió més ràpida del negoci i de la marca.
5. Risc financer més baix.

Inconvenients del model de franquícia pel franquiciador (només 1)

1. Pèrdua de control directe sobre la gestió diària dels punts de venda.
2. Menor marge de benefici, que s'haurà de compartir amb el franquiciat.
3. Comunicació amb el client complexa, menor informació sobre el mercat.
4. Risc d'incompliments per part del franquiciat (royalties, confidencialitat, imatge de marca...).
5. Inversió inicial de posada en funcionament de la franquícia elevada.

1.4

El document en què s'exposen les regles i principis que regulen els comportaments dels agents que pertanyen a una organització és el codi de conducta intern o codi de bones pràctiques (Codi ètic).

A final d'any aquesta empresa podria publicar un balanç social, per quantificar les activitats respecte de la RSC que ha fet l'empresa durant aquell període i poder així fer-ne un seguiment:



1.5

El fet vendre el mateix producte a mercats nous suposa seguir la matriu d'Ansoff, és a dir, l'estratègia de desenvolupament de mercats. L'empresa manté el seu producte actual, però cerca introduir-lo en nous mercats geogràfics.

Si els emprenedors tenen responsabilitat limitada al capital aportat, són 2, només tenen 10.000 € de capital inicial, i no cotitza a borsa, ens trobarem davant una societat de responsabilitat limitada (SRL o SL)

Funcionament de l'Empresa i Disseny de Model de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2026, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

Exercici 2

[2,5 punts en total]

2.1

BALANÇ DE SITUACIÓ empresa Aliga, SL a 31/12/25						
ACTIU (milers euros) (estructura econòmica o capital en funcionament)				PATRIMONI NET I PASSIU (milers euros) (estructura financera o capital financer)		
	€	€	€		€	€
ACTIU NO CORRENT			56	PATRIMONI NET		43
Immobilitzat material*		56		Capital social	12	
Construccions	25			Reserves	6	
Mobiliari	10			Resultat de l'exercici	25	
Elements de transport	18			PASSIU NO CORRENT		30
Equips per a processos d'informació	3			Proveïdors d'immobilitzat a llarg termini	30	
ACTIU CORRENT			50	PASSIU CORRENT		33
Existències		10		Proveïdors d'immobilitzat a curt termini	24	
Existències comercials	10					
Deutors comercials i comptes a cobrar		13		Deutes a curt termini amb entitats de crèdit	6	
Clients	12			Hisenda Pública creditora	2	
Hisenda pública deutora	1			Organismes de la Seguretat Social creditors	1	
Efectiu i altres actius líquids		27				
Bancs i institucions de crèdit	27					
Total Actiu			106	Total Patrimoni Net i Passiu		106

* Els comptes d'immobilitzat es presentaran pel seu valor net comptable (cost d'adquisició o cost de producció menys amortització acumulada).



$$\text{Reserves} = \text{actiu} - (\text{passiu corrent} + \text{passiu no corrent} + \text{capital social} + \text{resultats d'exercici}) = 106 - (33+30+12+25) = 106-100 = 6$$

$$\text{Patrimoni net} = 25+6+12 = 43$$



Funcionament de l'Empresa i Disseny de Model de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2026, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

2.2.

	Fórmula	Càlcul	Interpretació del resultat
<i>Fons de maniobra</i>	$FM = AC - PC$ $FM = PN + PNC - ANC$	$FM = 50 - 33 = 17$ $FM = 43 + 30 - 56 = 17$	Informa sobre l'estabilitat o equilibri financer de l'empresa, si el passiu corrent està cobert per les partides de l'actiu corrent. És la part de l'actiu corrent que es finança amb recursos permanents. Per tant, és una mesura financera que indica si una empresa té prou recursos per dur a terme la seva activitat empresarial a curt termini. En aquest cas, al ser $FM > 0$, sí que estaria cobert i l'empresa està en equilibri financer a curt termini.
<i>Ràtio de liquiditat</i>	Liquiditat $= AC / PC$	Liquiditat $= 50 / 33 = 1,52$	El valor de referència està entre 1,5 i 2. El valor obtingut indica que l'empresa està en una situació òptima. També es coneix com a ràtio de fons de maniobra o de solvència a curt termini. És la capacitat per fer front a les obligacions a curt termini a partir de l'actiu corrent. Mostra la situació de la liquiditat de la tresoreria de l'empresa, de la seva capacitat per liquidar els deutes de manera solvent i en els termes fixats. Al ser > 1 té prou capacitat.



2.3.

Opció A:

Càlcul de les productivitats:

- a) Productivitat del factor treball = unitat físiques / núm. De treballadors = $500 / 2 = 250$ unitats per treballador/a.
- Interpretació: cada treballador ha produït, de mitjana, 250 unitats físiques en una setmana de treball.
- b) Productivitat del factor de capital = unitat físiques / núm. de màquines = $500 / 3 = 166,67$ unitats per màquina.
- Interpretació: cada màquina ha fabricat 166,67 unitats físiques en una setmana.
- c) Productivitat total o global = valor de la producció total / cost de tots els factors utilitzats = $(500 \times 7,5) / (3 \times 40 + 2 \times 400 + 300) = 3.750 / 1.220 = 3,07$.
- Interpretació: per cada euro invertit en factors de producció, l'empresa obté un valor de producció de 3,07 euros. Com que és superior a 1, el procés és eficient.
- d) Taxa de variació = $(3,07 - 4,3) / 4,3 = -0,2866$.
- $-0,2866 \times 100 = -28,66\%$.

La productivitat global va disminuir un 28,66 % respecte a la setmana anterior, fet que indica una pèrdua d'eficiència.

- e) Cost de l'alternativa A = $3 \times 40 + 2 \times 400 + 300 = 1.220$ €.

Cost de l'alternativa B = $4 \times 40 + 1 \times 400 + 300 = 860$ €.

La més eficient econòmicament és l'alternativa B, perquè té un cost més baix. Permet obtenir el mateix nivell de producció amb un menor cost total.

En aquest apartat també es considera correcta la resolució si es calcula la Productivitat total o global de l'alternativa B, i en la conclusió s'explica que l'alternativa B obté un valor de producció superior, per cada euro invertit. El càlcul seria el següent:

- Alternativa B: Productivitat total o global = valor de la producció total / cost de tots els factors utilitzats = $(500 \times 7,5) / (4 \times 40 + 1 \times 400 + 300) = 3.750 / 860 = 4,36$.



Funcionament de l'Empresa i Disseny de Model de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2026, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

Opció B:

Compte de pèrdues i guanys

COMPTE DE PÈRDUES I GUANYES empresa MUSSOL SL (2025)	
PÈRDUES I GUANYES	IMPORT (€)
+Ingressos d'explotació	440.000
Import net xifra de negocis	440.000
Ingressos per vendes	440.000
– Despeses d'explotació	147750
Import compra mercaderies	–110.000
Despeses de personal	–35.000
Amortitzacions	–700
Subministraments	–500
Transport	–550
Arrendaments i cànons	–1.000
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	292.250
= RESULTAT ABANS D'INTERESSOS I IMPOSTOS (BAII)	292.250
+ Ingressos financers	+200
– Despeses financeres	–1.800
RESULTAT FINANCER	–1.600
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI)	290.650
– Impost sobre benefici (25 %)	–72.662,5
= RESULTAT NET (BN)	217.987,5



Exercici 3

[2,5 punts en total]

3.1

- Fabricació i vendes: 4.000 drons.
- Preu: 2.100 €/unitat.
- Costos fixos: 1.432.750 €/any.
- Costos variables: $(700.000 + 2.240.000 + 250.000) = 3.190.000$ €.
- Cost variable unitari = $3.190.000 \text{ €} / 4.000 \text{ unitats} = 797,5 \text{ €/unitat}$.
- Punt mort = $CF/(p-Cv) = 1.432.750 / (2.100-797,5) = 1.100$ unitats (drons).
- El benefici serà positiu perquè van fabricar i vendre 4.000 drons, quantitat superior a la de punt mort (1.100 drons).
- Benefici = ingressos – costos = $(Q \times \text{preu}) - (CF + CV)$.
- Benefici = $(4.000 \times 2.100) - (1.432.750 + 3.190.000) = 8.400.000 - 4.622.750 = 3.777.250$ €.
- Raonament: el benefici obtingut és positiu perquè la quantitat produïda i venuda supera el punt mort o el llindar de rendibilitat, a partir del qual s'obtenen beneficis positius.



3.2

- Fabricació i vendes: 4.000 drons
- Preu: 2.000 €/unitat
- Costos fixos: 1.547.000 €
- Costos variables:
- Mà d'obra: $700.000 \times 1,05 = 735.000$ €
- Energia: $250.000 \times 1,06 = 265.000$ €
- CV: $(735.000 + 2.240.000 + 265.000) = 3.240.000$ €
- Cost variable unitari = $3.240.000 / 4.000 = 810$ €/unitat
- Punt mort = $CF/(p-Cv) = 1.547.000 / (2.000 - 810) = 1.300$ unitats (drons)
- El benefici serà positiu perquè fabricarien i vendrien 4.000 drons, que supera la quantitat calculada de punt mort.
- Benefici = ingressos – costos = $(Q \times \text{preu}) - (CF+CV)$
- Benefici = $(4.000 \times 2.000) - (1.547.000 + 3.240.000) = 8.000.000 - 4.787.000 = 3.213.000$ €.
- Raonament: el benefici obtingut és positiu perquè la quantitat produïda i venuda supera el punt mort o el llindar de rendibilitat, a partir del qual s'obtenen beneficis positius. Tot i que els costos han pujat i el preu de venda ha baixat, reduint el marge unitari i fent pujar el punt mort, la quantitat produïda i venuda segueix sent molt superior al valor del punt mort.



Funcionament de l'Empresa i Disseny de Model de Negoci
Proves d'accés a la Universitat 2026, convocatòria ordinària. Criteri específic d'avaluació

3.3

Característiques de l'estratègia	Nom de l'estratègia	Proposta d'implementació
Incentius que utilitzen les empreses per incrementar les vendes en poc temps.	Promoció de productes o de vendes	Ofertes, sortejos, descomptes, paquets promocionals, cupons de descompte, ofertes 2x1, mostres gratuïtes, etc.
Divulgació d'informació emesa per un mitjà de comunicació.	Publicitat	Anunci en TV, YouTube, cartells, revistes especialitzades, campanyes en xarxes socials, bàners en webs, publicitat exterior, etc.
Actuacions que ajuden a connectar amb el públic objectiu o a crear o millorar la imatge de la marca.	Relacions públiques	Suport d' <i>influencers</i> , participació en campanyes solidàries, fires tecnològiques, demostracions de productes, patrocinis, etc.

Exercici 4

[2,5 punts en total]

- 4.1. C
- 4.2. B
- 4.3. D
- 4.4. C
- 4.5. A
- 4.6. C
- 4.7. C
- 4.8. B
- 4.9. A
- 4.10. A