

SEPTIEMBRE 2011

OPCION A

1.

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis:

Análisis del Consumidor

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores

Análisis de la competencia

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca, descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

El benchmarking o plantilla permite establecer los estándares de la industria así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará si es factible convivir con la competencia y si es necesario neutralizarla o si un competidor puede transformarse en socio a través de fusión, joint ventures o alianzas estratégicas.

2.

Es una situación judicial en la que un comerciante o una empresa declara legalmente su incapacidad temporal para hacer frente al pago de las deudas contraídas previamente con sus acreedores, por lo que requiere de más tiempo para conseguir el dinero.

Características y objetivos

En la suspensión de pagos, la empresa tiene gran cantidad de activos pero no son los suficientemente líquidos como para utilizarlos para pagar. Incluso, estos activos pueden ser mayores a las deudas que posee pero existen dificultades para convertirlos en dinero.

El objetivo de la suspensión de pagos es llegar a un nuevo acuerdo, regulado por la Ley, entre deudor y acreedor. Este acuerdo será un nuevo plazo de tiempo o nuevas condiciones de pago.

Fases del procedimiento

Las fases del concurso son las siguientes:

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

1. Declaración de concurso, con adopción, en su caso, de medidas cautelares.
2. Administración concursal, nombramiento de administradores y rendición de cuentas.
3. Determinación de la masa activa, con la relación de los bienes y derechos que la integran. En esta masa se incluyen también los créditos necesarios para la actividad, y deben ser liquidados prioritariamente.
4. Determinación de la masa pasiva (créditos contra el deudor), con la comunicación, reconocimiento, graduación y clasificación de créditos.
5. Convenio o, en su caso, liquidación.
6. Calificación y efectos del concurso.

3. CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN

a) Propiedad o titularidad (1 punto)

- Financiación Propia, pertenecen a los propietario de la empresa. No supone ningún coste (Capital, Reservas, Resultados ejercicio)
- Financiación Ajena, recursos que se obtienen de terceras personas y transcurrido un determinado tiempo hay que devolverlos. Suponen un coste para la empresa. (Empréstitos, Prestamos, Proveedores, Leasing, ...)

b) Duración o tiempo de permanencia (0,5 punto)

- Financiación a L/P, Recursos de carácter permanente, duración superior a 12 meses. (Financiación propia, financiación ajena L/P)
- Financiación a C/P, Recursos de carácter temporal, duración inferior o igual a 12 meses. (Financiación propia, financiación ajena C/P)

c) Procedencia

- Financiación interna o Autofinanciación: Recursos generados por la propia empresa (Reserva, o amortizaciones)
- Financiación externa: Recursos no generados por la propia empresa, recursos que proceden del exterior, pueden ser aportados por los socios o por terceros ajenos a la empresa (Capital, ampliaciones de capital, empréstitos, prestamos, proveedores,...)

4.

Crecimiento externo. Se produce como consecuencia de la adquisición, fusión o alianza con otras empresas y da lugar al fenómeno conocido como concentración o integración empresarial. Aunque esta clase de crecimiento viene de atrás, en nuestros días se extiende a todos los sectores y a todo tipo de compañías, provocando la disminución del número de empresas y el incremento de la dimensión de las que se mantienen.

En una fase inicial el crecimiento suele ser interno. Sin embargo, cuando la empresa alcanza una dimensión importante, el crecimiento interno suele combinarse con el crecimiento externo mediante la unión o concentración con otras empresas.

Entre los motivos que explican la concentración están:

- La reducción de costes a través de las economías de escala o del incremento del poder de negociación frente a proveedores y clientes.
- El control del mercado y un mayor poder frente a sus competidores para eliminar, así, los riesgos de la competencia.
- La necesidad de unir esfuerzos financieros cuando se trata de nuevos proyectos que requieren grandes inversiones.

5.

a) Número de veces que la empresa tarda por término medio en realizar su ciclo de explotación (1 punto)

$$PM_A = 20 \text{ días}$$

$$PM_f = 30 \text{ días}$$

$$PM_v = 360/10 = 36 \text{ días}$$

$$PM_c = 25 \text{ días}$$

$$PMM_e = \text{Ciclo de explotación} = PM_A + PM_f + PM_v + PM_c = 20 + 30 + 36 + 25 = 111 \text{ días}$$

Suponemos $PM_p = 0$, entonces, $PMM_e = PM_p$

b) Número de veces que se renueva, al año, el almacén de productos en curso de fabricación.

$$PM_f = 360/N_f = 30 \text{ días, por lo que } N_f, \text{ son 12 veces al año.}$$

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

6.

Proyecto A,

En el 1º año se recuperan 10.000€, quedan por recuperar 13.500€ más (23.500€ del desembolso inicial menos 10.000€ que ya se han recuperado el 1º año), luego aplico la regla de tres:

17.500 ----- 365 días

13.500 ----- x días

X= 281,6 días

Luego el desembolso inicial se recupera en 1 año y 282 días (redondeando al alza)

Proyecto B,

En el 1º año se recuperan 9.000€, quedan por recuperar 5.200€ más (14.200€ del desembolso inicial menos 9.000€ que ya se han recuperado el 1º año), luego aplico la regla de tres:

6.000 ----- 365 días

5.200 ----- x días

X= 313,66 días

Luego el desembolso inicial se recupera en 1 año y 317 días (redondeando al alza)

Es preferible el proyecto A, porque se recupera antes-

b)

Proyecto A:

$$VAN = -Do + F1/(1+t) + F2/(1+t)^2 = -23.500 + 9.174,31 + 14.729,4 = 403,71€$$

Proyecto B:

$$VAN = -Do + F1/(1+t) + F2/(1+t)^2 = -14.200 + 8.256,88 + 5.050,10 = - 893,04€$$

Se prefiere el proyecto A, porque en el B ni si quiera se recupera la inversión realizada, ya que el VAN es negativo.

OPCION B

1. Las siglas I+D definen el concepto de Investigación y Desarrollo, de tal forma que podemos deducir que cualquier proceso de innovación le viene asociado un proceso de Investigación y Desarrollo, esto no es correcto tal y como veremos más adelante

El I+D se desglosa a su vez en 3 clases:

Investigación Básica

Investigación Aplicada

Desarrollo Tecnológico

La Investigación Básica comprende todos aquellos estudios o trabajos originales que tienen como objetivo adquirir conocimientos científicos nuevos, se analiza propiedades, estructuras y relaciones con el objetivo de formular hipótesis, teorías y leyes. En esta etapa los científicos realizan "Descubrimientos".

La Investigación Aplicada parten de los trabajos originales desarrollados en la investigación básica, pero con el objetivo de adquirir conocimientos nuevos orientados a un objetivo práctico determinado, dichos resultados son susceptibles de ser patentados, para una futura explotación comercial. En esta etapa los científicos o técnicos "Inventan".

El desarrollo tecnológico comprende la utilización de los conocimientos adquiridos en la investigación aplicada para la producción de materiales, dispositivos, procedimientos o servicios nuevos. En esta etapa la empresa ha conseguido los conocimientos "Knox How" (saber hacer) y se desarrolla los prototipos o plantas pilotos.

Por último si los resultados del prototipo son eficaces y viables, se realiza inversiones para producir en grandes series y vender al mercado, entonces cuando el mercado acepta el producto o servicio, se convierte en innovación.

2.

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.

Para la economía y las finanzas las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente una partida de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial.

Toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad. Un riesgo en la medida en que la devolución del dinero invertido no está garantizada, como tampoco las ganancias. Una oportunidad en tanto el éxito de la inversión puede implicar la multiplicación del dinero colocado.

Las inversiones se colocan en activos no circulantes, se incluyen las inversiones no directamente relacionadas con el objeto de la empresa. Dichas inversiones pueden estar representadas por títulos de crédito o por inversiones no documentadas con títulos, tales como préstamos, anticipos a largo plazo, etc.

3.

Es el medio por el cual se accede y trabaja con la mente del consumidor. Lo que pretende es fabricar una imagen del producto y darle su sitio en la mente del consumidor ocupando un lugar distintivo. Para ello se debe tener una idea a cerca de la opinión de los consumidores sobre lo que ofrece el producto, así como conocer aquello que los clientes piensan sobre nuestro producto y el de la competencia. La posición de los productos depende de los atributos a los que el cliente otorga más valor y esto toma importancia en la decisión de compra. Los consumidores posicionan el producto dentro de su mente, esto depende de una serie de percepciones y sentimientos que se adquieren en relación con este. Para que el producto ocupe una posición, no tiene que ser el mejor, sino ser el primero en llamar la atención y así

hacerse un hueco en la mente del target. Es la imagen simplificada que el consumidor tiene de ese producto en su mente. Se tienen que establecer unos criterios adecuados en el proceso de comunicación para que la mente del consumidor absorba y el producto se ubique de la forma correcta en ella. Segmentación del mercado y el posicionamiento se deciden de forma simultánea, y una vez que se ha definido los segmentos transnacionales se tiene que determinar el posicionamiento que la empresa ocupará en esos segmentos. Reposicionamiento es cambiar la posición que el producto tiene en la mente del cliente.

Estrategias

1. El líder: ocupa posición dominante y es reconocida por sus competidores (ejemplo: Apple...) intentan desarrollar la demanda global buscando nuevos usuarios, promoviendo nuevos usos; también se preocupa por defender su cuota de mercado.
2. El retador: pretende ocupar el puesto de líder, estrategia agresiva, tiene que estar dotado de fuerte capacidad de reacción y defensa, lo que también se exige al líder actual. Samsung
3. El seguidor: aquellos que disponiendo de pequeña cuota de mercado adopta un comportamiento adaptativo. Sus decisiones son iguales que las de la competencia, no significa pasividad, sino llevar a cabo una estrategia de desarrollo que no suscite represalias. Las demás compañías
4. El especialista: especializarse en un nicho de mercado.

4. La función de planificación de una empresa consiste en determinar los objetivos a alcanzar en un periodo de tiempo. Fijados estos objetivos se deciden las estrategias a seguir y se planifican las acciones a realizar con mayor nivel de detalle.

La planificación obliga a tomar decisiones, ya que ante una misma situación siempre se puede elegir entre objetivos alternativos y son posibles distintos caminos y medios para alcanzarlos.

La Organización de una empresa será la combinación concreta de medios técnicos, humanos y financieros que la componen: edificios, máquinas, materiales, personas..., teniendo en cuenta la consecución del fin planificado y las interrelaciones de los distintos elementos.

Pero a partir de ahora al hablar de organización sólo nos referiremos a la relación que guardan las actividades de los hombres que trabajan en la empresa, obviando los medios técnicos y financieros.

El primer paso en la organización de la empresa es la definición o descripción de los puestos de trabajo y la asignación de responsabilidades. Posteriormente se establecen las relaciones de autoridad y coordinación, fijando los niveles de jerarquía o escalas de autoridad que es lo que se llama estructura.

5.

a) $B=30.000€$

$Q= 20.000$ unidades

$CT= 60.000 €$

$CVu= P/2$

$B= IT - CT= PQ- 60.000= 30.000€$

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

$$20.000P=30.000+60.000=90.000€$$

$$P= 90.000/20.000= 4,5€ \quad CVu= P/2=2,25€$$

$$CT= CF + CVu*Q=60.000€$$

$$CF+2,5*20.000=60.000 \quad CF=15.000€$$

$$\text{Punto muerto } Q^* = CF/(P - CVu) = 15.000/ (4,25 - 2,25) = 6.666,66 \text{ UNIDADES}$$

Es decir, si vende 6.667 unidades tendrá beneficios.

b)

$$20\% \text{ de } 30.000€ = 6000€, \text{ el nuevo beneficio } B' = 30.000 - 6.000 = 24.000€$$

$$B=PQ - CF - CVuQ \quad 24.000 = 4,5Q - 15.000 - 2,25Q - 15.000$$

$$Q^* = 39.000/(2,25) = 17.333,33 \text{ Unidades}$$

5.

$$a) REa = BAAI/ACTIVO * 100 = 200/750 * 100 = 26,6€$$

$$REb = BAAI/ACTIVO * 100 = 200/750 * 100 = 26,6€$$

Como el coste de la deuda es del 20% podemos decir que para ambas empresas, el efecto apalancamiento es positivo, o sea que un aumento de la financiación ajena producirá un aumento de la rentabilidad financiera.

b)

	EMPRESA A	EMPRESA B
BAlI	200	200
Intereses (20% F. Ajena)	20(20% de 750-650)	60(20% de 750-450)
BAlI	180	140
Impuesto (30% de BAlI)	54(30%de 180)	42(30% de 140)
Beneficio Neto	126	98

$$RFa = B.neto/ Patrimonio Neto * 100 = 126/650 * 100 = 19,38\%$$

$$RFb = B.neto/ Patrimonio Neto * 100 = 98/450 * 100 = 21,77\%$$

Al 20% de coste de financiación ajena, es mas rentable la empresa B, que la A