	<p>UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID EVALUACIÓN PARA EL ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO</p> <p>Curso 2020-2021</p> <p>MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA</p>	
---	---	--

ECONOMÍA DE LA EMPRESA SOLUCIONES junio 2021

Las universidades han propuesto una solución que desde Academia nuevo futuro hemos confirmado y editado ligeramente para mejorar su comprensión.

A.1. Señale a qué tipo de organización de la empresa, formal o informal, responde la siguiente situación, argumentando su respuesta (0,75 puntos): «La persona que se incorporó a comienzos de año al departamento de expansión tiene una especial habilidad para transmitir entusiasmo y motivación, creando un excelente ambiente de trabajo, colaboración y camaradería entre la mayor parte de la plantilla». ¿A qué tipo de organización respondería la siguiente decisión de la empresa? (0,25 puntos): «A la vista de ello, la dirección está pensando en reestructurar la empresa, reorganizar los departamentos y ofrecerle un cargo de elevada responsabilidad».

SOLUCIÓN:

La primera situación expuesta responde a un tipo de organización informal, ya que ha surgido de una manera espontánea, al margen de los cauces de decisión de la empresa, no estando asociada a unidades organizativas de la misma y descansando, en cambio, sobre las relaciones que voluntariamente se gestan entre las personas que trabajan en la empresa y en los roles que estas adoptan, entre los que destaca el liderazgo de la persona del ejemplo.

Con la respuesta de la empresa, por el contrario, se estaría adoptando una decisión de organización formal de la empresa.

A.2. Defina dos estrategias que una empresa puede poner en marcha para especializarse dentro del sector donde desarrolla su actividad (1 punto).

SOLUCIÓN:

Las estrategias que se pueden seguir son:

- Penetración de mercado: se incrementan las ventas de los productos, bien por mayor compra por parte de clientes habituales o por incremento del número de clientes, al mejorar la calidad del producto, su promoción y publicidad, etc.
- Desarrollo de productos: dentro del mismo mercado, desarrolla productos nuevos relacionados o complementarios de los que producía con anterioridad.
- Desarrollo de mercados: la empresa introduce sus productos en nuevas zonas geográficas o en nuevos segmentos del mercado.

A.3. Defina el fondo de rotación o fondo de maniobra (0,75 puntos) y señale la fórmula para realizar su cálculo (0,25 puntos). Represente gráficamente e interprete el resultado en el caso de que el fondo de rotación o de maniobra sea positivo (0,5 puntos), y en el caso de que sea negativo (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

El fondo de maniobra o fondo de rotación es la parte del activo corriente que se encuentra financiada con capital permanente (patrimonio neto y pasivo no corriente). Es una medida de liquidez que indica la capacidad de la empresa para hacer frente a las obligaciones de pago a corto plazo.

Puede calcularse empleando dos expresiones:

Fondo de maniobra = Activo corriente – Pasivo corriente

Fondo de maniobra = (Patrimonio Neto + Pasivo no corriente) – Activo no corriente

Si el fondo de maniobra es positivo es porque el activo corriente es superior al pasivo corriente. Esto es, el conjunto de bienes y derechos a cobrar en el corto plazo que posee la empresa son superiores a las deudas a pagar en el corto plazo, por lo que la empresa no presenta problemas de liquidez. El activo corriente se está financiando tanto con pasivo corriente como con capitales permanentes. Se denomina situación de equilibrio financiero.

ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO +
	Fondo Maniobra	PASIVO NO CORRIENTE
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE

Si el fondo de maniobra es negativo es porque el pasivo corriente es superior al activo corriente, por lo que la empresa tiene un problema de liquidez. Parte del activo no corriente se está financiando con pasivo a corto plazo. Esto es, se están financiando inversiones a largo plazo con deudas que deben devolverse en el ejercicio. Es una situación de desequilibrio financiero, que puede originar el denominado concurso de acreedores. Para salir de esta situación recomendaríamos a la empresa hacer una ampliación de capital para conseguir recursos con los que pagar el exceso de deudas a corto plazo, o bien intentar reconvertir parte de la deuda a corto plazo, en deuda a largo plazo para tener más tiempo para afrontar sus pagos. Así mismo en el futuro cuando tenga beneficios en lugar de repartir dividendos debería de guardarlo en forma de reservas para autofinanciarse y depender menos del exterior.

ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO +
	Fondo Maniobra	P. NO CORRIENTE
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE

A.4. Represente gráficamente el ciclo de vida de un producto, identificando las distintas fases que lo componen (0,5 puntos). Explique la fase de madurez (0,5 puntos). Argumente en qué fase del ciclo de vida se encuentran los reproductores de música mp3 (0,5 puntos) y los patinetes eléctricos (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Las fases que componen el ciclo de vida de un producto son: introducción o lanzamiento, crecimiento, madurez y declive o saturación. Su representación es la siguiente:





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

C/ Nuestra Señora de Guadalupe 19 Madrid (Metro Ventas o Diego de León)

En la fase de madurez el producto ya está consolidado en el mercado. Las ventas y los beneficios son altos, pero se estabilizan. Ello provoca que, como también hay un gran número de empresas competidoras, la competencia entre ellas sea alta y muy agresiva. Por ello, es importante diferenciarse de la competencia y fidelizar al cliente, a través de herramientas comerciales como el precio o la publicidad.

Los reproductores de música mp3 se encuentran en la fase de declive, debido a la aparición de productos sustitutivos tecnológicamente más avanzados, como la música en streaming, que ha provocado la caída de las ventas y de los beneficios de este tipo de productos.

Los patinetes eléctricos se encuentran en fase de crecimiento, con las ventas y los beneficios creciendo. Son conocidos y tienen éxito, aunque no están del todo consolidados y se busca seguir aumentando su penetración en el mercado, utilizando para ello herramientas comerciales como la publicidad del producto.

A.5. Un fabricante de ropa deportiva localizado en Europa pretende introducirse en el mercado de EEUU. Para dicha operación, la empresa analiza dos alternativas de inversión: Alternativa 1) una inversión inicial de 100 millones de euros generando unos flujos netos de caja en el primer año de 50 millones de euros y en el segundo año de 80 millones de euros. Alternativa 2) una inversión inicial de 95 millones de euros generando unos flujos netos de caja en el primer año de 65 millones de euros y en el segundo año de 95 millones de euros. La tasa anual de descuento para ambas alternativas es del 3%. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule el valor actual neto (VAN) de ambas inversiones (0,75 puntos) y justifique cuál es la mejor inversión con este criterio (0,25 puntos).
- Calcule (0,75 puntos) el plazo de recuperación o "pay back" de las inversiones indicadas (considere el año comercial o natural) y justifique cuál es la mejor inversión teniendo en cuenta este criterio (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

a) Valor Actual Neto:

- Alternativa 1:

$$VAN = -100 + \frac{50}{1+0,03} + \frac{80}{(1+0,03)^2} = 23,95 \text{ millones de } \text{€}$$

Alternativa 2:

$$VAN = -95 + \frac{65}{1+0,03} + \frac{95}{(1+0,03)^2} = 57,65 \text{ millones de } \text{€}$$

Teniendo en cuenta el criterio del VAN aunque las dos alternativas son rentables al 3% es mejor la alternativa 2, al tener un VAN mayor.

b) Plazo de Recuperación o "Pay Back"

Teniendo en cuenta el año comercial (360 días):

- Alternativa 1: Se invierten 100 millones €.

1º año: recupera 50 millones €, quedan por recuperar 50 millones €.

2º año : Los 50 millones € que faltan se recuperan en

80-----360 días

50-----x días

$$x = \frac{50 \cdot 360}{80} = 225 \text{ días}$$

El plazo de recuperación es: 1 año y 225 días (1 año y 7,5 meses).

- Alternativa 2: Se invierten 95 millones €.

1º año: recupera 65 millones €, quedan por recuperar 30 millones €.

2º año: Los 30 millones € que faltan se recuperan

95-----360 días

30-----x días

$$x = \frac{30 \cdot 360}{95} = 113,68 \text{ días}$$

El plazo de recuperación es: 1 año y 113,68 días (1 año y 3,79 meses).

La alternativa 2 es mejor que la 1 al tardar menos tiempo en recuperar la inversión inicial.

A.6. Una empresa comercial presenta la siguiente información contable respecto al ejercicio 2020: ventas a crédito, 1.800€; compras a crédito, 1.500€; saldo medio de proveedores, 900€; coste de las ventas, 4.800€; saldo medio de clientes, 800€; saldo medio de existencias en almacén, 950€. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Defina (0,25 puntos) y calcule el periodo medio de maduración económico (1 punto).
- Defina (0,25 puntos) y calcule el periodo medio de maduración financiero (0,5 puntos).

Nota: Para el cálculo, puede considerar el año natural o el año comercial.

SOLUCIÓN:

a) Al ser una empresa comercial: $PMM_{\text{económico}} = \text{Periodo medio de venta} + \text{Periodo medio de cobro}$.

- $PM_{\text{venta}} = \frac{360}{\text{Rotación de almacén}}$
 $\text{Rotación Almacén} = \frac{\text{Coste de Ventas}}{\text{Saldo medio de almacén}}$
- $PM_{\text{cobro a clientes}} = \frac{360}{\text{Rotación clientes}}$
 $\text{Rotación Clientes} = \frac{\text{ventas a crédito}}{\text{Saldo medio de clientes}}$
- $\text{Rotación Almacén} = \frac{4800}{950} = 5,05 \text{ veces.}$
- $\text{Rotación Clientes} = \frac{1800}{800} = 2,25 \text{ veces.}$

AÑO COMERCIAL

$$PM_{\text{venta}} = \frac{360}{5,05} = 71,29 \text{ días}$$

$$PM_{\text{cobro a clientes}} = \frac{360}{2,25} = 160 \text{ días.}$$

$$PMM_{\text{económico}} = 71,29 + 160 = 231,29 \text{ días.}$$

El periodo medio de maduración económico es el tiempo que transcurre desde que se invierte una unidad monetaria en el ciclo de explotación para comprar existencias hasta que se cobra a los clientes el importe de las ventas.

La empresa analizada tarda 231,29 días en completar su ciclo productivo con año comercial y 234,50 con año natural.

b)

$$PMM_{\text{financiero}} = PMM_{\text{económico}} - PM_{\text{pago a proveedores}}$$

$$\text{Rotación Proveedores} = \frac{\text{Compras a crédito}}{\text{Saldo medio de proveedores}}$$

$$\text{Rotación Proveedores} = \frac{1.500}{900} = 1,67 \text{ veces}$$

AÑO COMERCIAL

$$PM_{\text{pago a proveedores}} = \frac{360}{1,67} = 215,57 \text{ días}$$

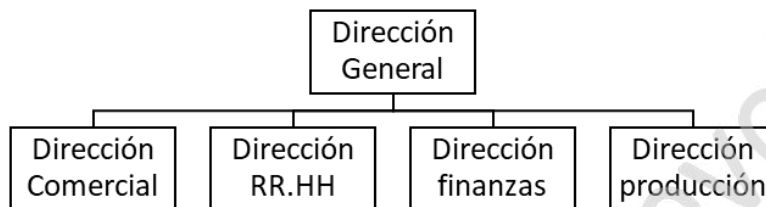
$PMM_{\text{financiero}} = 231,29 - 215,57 = 15,72$ días

El periodo medio de maduración financiero es el tiempo que transcurre desde que la empresa ha pagado las existencias adquiridas a sus proveedores hasta que cobra a sus clientes.

B.1. Explique en qué consiste el modelo funcional de estructura organizativa (0,5 puntos). Representélo gráficamente (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Una estructura organizativa funcional es una manera de organizar una empresa donde los trabajadores se agrupan por sus conocimientos en departamentos especializados, en las diferentes áreas funcionales de la empresa (producción, marketing, finanzas, recursos humanos, etc.). En esta estructura la alta dirección se encarga de planificar y tomar decisiones al más alto nivel. Esta forma de organización clarifica las relaciones que existen entre los diferentes departamentos, siendo la especialidad la que promueve las decisiones en lugar de la jerarquía.



B.2. Exponga la clasificación de empresas de acuerdo a la titularidad de su capital (0,5 puntos) y al sector en el que desarrollan su actividad (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Desde el punto de vista del capital, las empresas las podemos clasificar entre empresas públicas, privadas y mixtas.

Desde el punto de vista del sector en el que desarrollan la actividad serán del sector primario, sector secundario o transformador y sector terciario o de servicios.

B.3. ¿Qué es un canal de distribución? (0,75 puntos). Explique los tipos de canales de distribución atendiendo al número de niveles o intermediarios (0,75 puntos). Argumente cómo el comercio electrónico puede influir en la longitud del canal de distribución (0,5 puntos).

SOLUCIÓN

El canal de distribución es el conjunto de intermediarios que intervienen en la puesta a disposición del producto o servicio desde el productor hasta el cliente final. Atendiendo al número de niveles o intermediarios podemos hablar de:

- Canal largo: intervienen dos o más intermediarios, normalmente un mayorista y un minorista entre fabricante y consumidor.
- Canal corto: integrado por un intermediario, normalmente un minorista entre fabricante y consumidor.
- Canal directo: no hay intermediarios. La relación comercial se produce de forma directa desde el fabricante al consumidor.

El comercio electrónico, como forma de comercio, está afectando sobre todo al tipo de distribución, al potenciar una forma distinta de interacción entre las empresas fabricantes y los consumidores. En este sentido, se acentúa la distribución a través de canales directos, ya que el comercio electrónico permite la venta directa de los productos, ahorrando costes de esta forma.

B.4. Diferencie y defina las clases de inversiones según el tipo de activos en los que se materializan (1 punto) y según su periodo de duración (1 punto).

SOLUCIÓN:

Según el tipo de activos en los que se materializa la inversión, pueden diferenciarse entre:

- Inversiones económicas, también llamadas inversiones reales o inversiones productivas. Consisten en la adquisición de capital productivo que la empresa precisa para el desarrollo de su actividad. A su vez, estos activos pueden ser:
 - Activos materiales (inversiones físicas) como edificios, terrenos, instalaciones, maquinaria, equipo de transporte, existencias, materias primas, etc.
 - Activos inmateriales (inversiones intangibles) como software y aplicaciones informáticas, patentes, derechos de autor, marcas, etc.
- Inversiones financieras. Destinadas a la adquisición de activos financieros de los que obtener una rentabilidad, como títulos de renta fija (obligaciones, bonos, pagarés...), títulos de renta variable (acciones, participaciones), o depósitos bancarios.

Si diferenciamos por el periodo de duración de las inversiones, se pueden diferenciar:

- Inversiones a corto plazo, también denominadas inversiones de funcionamiento o inversiones en capital corriente. Son aquellas inversiones realizadas en la adquisición de los elementos que se incorporan de manera continua al proceso productivo, como materias primas, mercaderías, componentes, energía. Su vinculación a la empresa es inferior a un ejercicio económico (1 año). Por tanto, deben renovarse periódicamente.
- Inversiones a largo plazo, también denominadas inversiones permanentes, inversiones estructurales o inversiones en capital fijo o inmovilizado. Son las inversiones realizadas en la adquisición de bienes que serán utilizados durante un periodo de tiempo superior a un ejercicio económico (1 año) y que forman parte por tanto, del activo no corriente o inmovilizado de la empresa, como terrenos, instalaciones técnicas, maquinaria, equipos de transporte, software, patentes, etc.

B.5. Una empresa se dedica a la comercialización de envases de vidrio. El 1 de enero de 2020 tenía unas existencias iniciales de 13.200 envases, cuyo precio de adquisición fue de 0,75 euros/unidad. Durante el mes de marzo adquirió 7.300 envases a 0,55 euros/unidad y durante el mes de abril 8.150 envases a 0,65 euros/unidad. En el mes de agosto vendió 14.150 envases a 1,55 euros/unidad.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule el valor de las existencias a 1 de septiembre según el método FIFO (1 punto).
- b) Calcule el valor de las existencias a 1 de septiembre según el método del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto).

c) SOLUCIÓN:

$$\text{a) Existencias finales} = \text{Existencias iniciales} + \text{entradas} - \text{salidas} = 13.200 + (7.300 + 8.150) - 14.150 = 14.500 \text{ envases}$$

$$\text{Valoración FIFO} = (6.350 \times 0,55) + (8.150 \times 0,65) = 8.790 \text{ euros}$$

$$\text{b) PMP} = (13.200 \times 0,75 + 7.300 \times 0,55 + 8.150 \times 0,65) / 28.650 = 19.212,5 / 28.650 = 0,67 \text{ euros/envase}$$

$$\text{Valoración PMP} = 0,67 \times 14.500 = 9.715 \text{ euros}$$

B.6. La empresa "RATOCAN" cuya actividad es la fabricación de sillas de plástico, a fecha 31/12/2020, proporciona la siguiente información: amortización del inmovilizado, 80.000€; compra de materias primas, 750.000€; gastos de suministros, 80.000€; venta de sillas, 900.000€; intereses de la deuda, 9.000€; otros ingresos de explotación, 50.000€; activo total, 350.000€; fondos propios, 175.000€. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) **Elabore la Cuenta de Pérdidas y Ganancias según el modelo del Plan General de Contabilidad (el impuesto de sociedades es del 25%) (1 punto).**
- b) **Calcule e interprete la rentabilidad económica de la empresa (0,5 puntos).**
- c) **Calcule e interprete la rentabilidad financiera de la empresa (0,5 puntos).**

SOLUCIÓN:

- a) Resultado del ejercicio, se calcula con la Cuenta de Pérdidas y Ganancias:

CUENTAS	IMPORTE
Ventas de sillas	900.000
Otros Ingresos	50.000
Compra de Materias Primas	-750.000
Suministros	-80.000
Amortización del Inmovilizado	-80.000
Resultado de explotación	40.000
Intereses de la deuda	-9.000
Resultado financiero	-9.000
Resultado antes de impuestos	31.000
Impuesto s/Bº (25%)	-7.750
Resultado del ejercicio	23.250

b) Rentabilidad económica = $\frac{\text{Resultado de explotación}}{\text{Activo total}} \cdot 100 = \frac{40000}{350000} \cdot 100 = 11,43\%$

Por cada 100 euros invertidos en esta empresa, se obtienen 11,43 euros de beneficio antes de intereses e impuestos.

c) Rentabilidad financiera = $\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}} \cdot 100 = \frac{23250}{175000} \cdot 100 = 13,29\%$

Por cada cien euros de fondos propios, se obtienen 13,29 euros de beneficio neto.