



UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID
PRUEBA DE ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS
OFICIALES DE GRADO

Curso **2015-2016**

MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

SOLUCIONES

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

Después de leer atentamente todas las preguntas, el alumno deberá escoger **una** de las dos opciones propuestas y responder a las cuestiones de la opción elegida.

CALIFICACIÓN: Las preguntas 1ª y 2ª se valorarán sobre 1 punto cada una, las preguntas 3ª a 6ª sobre 2 puntos cada una.

TIEMPO: 90 minutos.

OPCIÓN A RESUELTO

- Defina qué es un organigrama (0,5 puntos) y su utilidad para representar la estructura organizativa de una empresa (0,5 puntos).

Organigrama: representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa, que muestra las distintas unidades organizativas y las relaciones que existen entre ellas, permitiendo conocer a simple vista y rápidamente las relaciones y dependencias jerárquicas que existen entre los distintos departamentos y grupos de actividades de la empresa. Su representación consta de exactitud, actualización, claridad y sencillez.

- Defina qué es una empresa multinacional (0,5 puntos). Enumere dos aspectos positivos y dos aspectos negativos de la empresa multinacional para los países receptores (0,5 puntos).

Las empresas multinacionales son entidades que operan en mercados cada vez más amplios, con fuertes economías de escala y que producen para un consumo masivo. Compañías formadas por una empresa matriz que cuenta con una serie de filiales que operan en diferentes países del mundo y que comparten unos mismos objetivos: la matriz es la empresa originaria del Estado donde inició su actividad y donde radica la gestión de la compañía, mientras que las filiales se crean para operar en otros Estados.

- Aspectos positivos: favorece el desarrollo de las economías emergentes al facilitar la actividad empresarial y el empleo. Aporta empleo y nuevas tecnologías.
- Aspectos negativos: produce casos de sobreexplotación de recursos naturales o condiciones de trabajo abusivos en países emergentes. Puesto que tienen unas condiciones permisivas en materias fiscales, sociales o medioambientales.

- Indique tres métodos de fijación de precios (0,5 puntos). Defina el método de fijación de precios basado en la competencia (0,25 puntos). Indique y defina tres alternativas posibles de la metodología de precios basada en la competencia (0,75 puntos). ¿Con cuál de las anteriores alternativas se correspondería la fijación de precios de la empresa de coches de lujo MMAW (0,25 puntos)? ¿Y de los supermercados muy económicos LLDD (0,25 puntos)?

- Existen tres métodos de fijación de precios: precios con orientación al coste, orientados a la demanda o métodos de fijación orientados a la competencia.
- El método de fijación de precios orientado a la competencia, es aquel método en el cual el precio varía según la posición de la empresa con respecto a la competencia.

Dentro del método orientado a la competencia, podemos fijar los precios:

- Sistema de paridad competitiva: estableces precios similares a los de la competencia.
- Fijación de precios por debajo del nivel competitivo: Se establecen precios muy bajos.
- Fijación de precios por encima del nivel competitivo Consiste en fijar precios más altos que los de la competencia para dar una imagen de calidad y prestigio a sus productos, partiendo de la base de que el comprador suele asociar precio y calidad.

La empresa de coches de lujo realizara una estrategia de fijación de precios por encima del nivel competitivo, para mantener una visión de producto de calidad y exclusividad.

Mientras que los supermercados muy económicos LLDD, tomaran una política de fijación por debajo del nivel competitivo, pues estos establecimientos pretenden tener un de elevado volumen de ventas con márgenes bajos, para conseguir una amplia cuota de mercado con productos o en segmentos de mercado en los que la elasticidad de la demanda sea elevada.

4. Defina el concepto de entorno general de una empresa (0,5 puntos). Enumere cuatro factores que influyan en la empresa desde este entorno (0,5 puntos). Una cadena hotelera se plantea abrir un nuevo hotel, que se podría localizar en España o en Marruecos, indique cuatro factores del entorno general que podrían influir de diferente manera según el hotel se sitúe en uno de estos dos países (1 punto).

Entorno general es el marco global o conjunto de factores y circunstancias que afectan por igual a todas las empresas de una determinada sociedad o ámbito geográfico.

Por ejemplo, una nueva ley de contratación laboral (factor político-legal), las pautas culturales en un país de mayoría islámica (factor socio-culturales), inflación (factor económico) e introducción de nueva tecnología puntera (factor tecnológico).

Hotel en España o Marruecos:

- Factor económico: tipo de cambio de euros a dirham. Muy por encima el euro. Por tanto, es más barato la compra allí con dinero español.
 - Factor sociocultural: Estilo de vida diferente, horarios de apertura diferentes entre España y Marruecos.
 - Factor político-legal: Salario mínimo Interprofesional (SMI) en marruecos 209,4 € frente al 858,6 € de España.
 - Factores tecnológicos: brecha digital o menos capacidad de conexión de internet en Marruecos.
5. La empresa DADOS, S.A. quiere ampliar su capacidad productiva y, por lo tanto, pretende planificar la inversión en nuevas maquinarias. Por ello, se plantea realizar un desembolso inicial de 10.000 euros. Debido a esta inversión ha realizado una estimación de los flujos netos de caja que se pueden generar, los cuales podrían ser de 7.000 euros el primer año y 5.000 euros el segundo año. El coste de capital en esta empresa es del 10% anual. Se pide:

- a) A la empresa DADOS, S.A., ¿le interesa llevar a cabo la inversión? Para ello, utilice el criterio del valor actual neto (1 punto).

$$VAN = -10.000€ + \frac{7.000€}{1 + 0,1} + \frac{5.000€}{(1 + 0,1)^2} = 495,87 €$$

Dado que el VAN es mayor a cero, conviene llevar a cabo la inversión.

- b) Calcule la tasa interna de rentabilidad (TIR) de dicho proyecto de inversión. ¿Es aconsejable llevar a cabo esta inversión en función de este criterio? (1 punto).

$$VAN = 0€$$

$$VAN = -10.000€ + \frac{7.000€}{(1 + TIR)} + \frac{5.000€}{(1 + TIR)^2} = 0 €$$

$$TIR = 0,139 = 13,9\%$$

La tasa de retorno del 10% es menor al TIR. Entonces, conviene llevar a cabo la inversión.

6. La empresa A tiene la siguiente estructura de costes mensuales: retribución fija a los empleados 1.200 euros, materias primas 5 euros por unidad producida; luz 4 euros por unidad producida; otros costes variables 3 euros; amortización de la maquinaria 300 euros; publicidad y otros gastos 200 euros. La empresa B mantiene la siguiente estructura de costes mensuales; retribución fija a los empleados 900 euros, retribución variable 1 euro por unidad producida; materia prima 8 euros por unidad producida; gastos financieros 500 euros; amortización 1.000 euros; transporte de mercancía 600 euros, alquiler 1.200 euros. Teniendo en cuenta que la empresa A vendió 1500 unidades con unos beneficios mensuales de 2.800 euros y la empresa B vendió su producto a 14 euros con el mismo beneficio mensual. Se pide:

- a) Determine el precio de venta de las unidades vendidas por la empresa A (0,5 puntos).
Empresa A:

$$CF = 1.200 + 300 + 200 = 1.700 €$$

$$Cu = 5 + 4 + 3 = 12 \frac{€}{unidad}$$

$$x = 1.500 \text{ unidades}$$

$$B = 2.800 €$$

$$P?$$

Empresa B:

$$CF = 900 + 500 + 1.000 + 600 + 1.200 = 4.200 €$$

$$Cu = 1 + 8 = 9 \frac{€}{unidad}$$

$$P = 14 €$$

$$B = 2.800 €$$

$$x?$$

Para el apartado a):

$$\begin{aligned}B &= I - C = P \cdot x - (CF + Cu \cdot x) \\2.800 &= P \cdot 1.500 - (1.700 + 12 \cdot 1.500) \\2.800 &= 1.500 \cdot P - 19.700 \\22.500 &= 1.500 \cdot P \\P &= \frac{22.500}{1.500} = 15\text{€}\end{aligned}$$

b) Calcule el número de unidades vendidas por la empresa B (0,5 puntos).

$$\begin{aligned}B &= P \cdot x - (CF + Cu \cdot x) \\2.800 &= 14 \cdot x - (4.200 + 9 \cdot x) \\2.800 &= 14 \cdot x - 4.200 - 9 \cdot x \\2.800 + 4.200 &= 5 \cdot x \\7.000 &= 5 \cdot x \\x &= \frac{7.000}{5} = 1.400 \text{ u. d.}\end{aligned}$$

OPCIÓN B RESUELTO

1. Defina las estrategias de bajo coste o liderazgo en costes (0,5 puntos) y de diferenciación (0,5 puntos).

Estrategia de liderazgo en costes: Una empresa tiene una ventaja competitiva cuando, basándose en su eficiencia, produce con unos costes inferiores a los de sus competidores manteniendo una calidad aceptable. Permite a la empresa rebajar los precios y aumentar su cuota de mercado, al mismo tiempo que pone en dificultades a sus competidores.

Estrategia de diferenciación: Pretende lograr que el bien o servicio ofrecido se perciba en el mercado como único o exclusivo. Así los clientes están dispuestos a pagar incluso algo más para obtener este producto diferenciado. Puede estar basada en características del propio producto (diseño, marca, calidad, etc.) o en aspectos complementarios (atención al cliente, servicio posventa, etc.).

2. Defina cuatro magnitudes o variables financieras que influyan en el Valor Actual Neto de una inversión (1 punto).

I_0 : Monto de la inversión inicial

V_t : Flujos de caja de los períodos estudiados

t : Cantidad de períodos k : Tipo de interés/coste de capital

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t}$$

3. Compare los modelos de liderazgo democrático y autocrático (1 punto). Exponga un ejemplo de acción democrática y otra autocrática (1 punto).

El líder autocrático es el que asume la responsabilidad en la toma de decisiones, es el que inicia y dirige las acciones además de controlar al trabajador, mientras que el liderazgo democrático es aquel que fomenta la participación de la comunidad, dejando que los empleados decidan más sobre sus funciones y tengan las suficientes competencias para tomar decisiones.

- En una acción democrática, el líder reúne a su equipo, ofrece varias soluciones y el equipo, entre todos, decide cual realizar.
- En el caso de una acción autocrática, el líder da la orden, sin contar con las opiniones de su equipo y este la acata.

4. Defina qué es el marketing mix (1 punto). Indique cómo sería el mix que recomendaría a una empresa de fabricación de ropa para el segmento juvenil del mercado (1 punto).

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas. Se analizan cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción. El marketing mix para una empresa de fabricación de ropa para el segmento juvenil del mercado:

- Producto: Ropa juvenil, a la moda y atractiva para el sector al que nos estamos dirigiendo. Con una marca identificable.
- Precio: Un precio accesible. Para ajustar bien el precio, habría que investigar a los competidores y ver qué producto similar venden, y como mínimo venderlo al mismo precio. En caso de que no encontráramos un producto similar, es recomendable hacer un pequeño test entre tus conocidos y clientes de confianza y ver qué estarían dispuestos a pagar.
- Distribución: El producto deberá distribuirse en tiendas juveniles que se adecuen con el perfil de producto que deseamos demostrar.
- Promoción: Importante las redes sociales, pues son los medios por los que los jóvenes se comunican, aunque no podemos olvidar a los padres, así que anuncios en televisión y prensa escrita serán necesarios.

5. Una empresa presenta la siguiente información contable referida al ejercicio 2015:

Saldo medio de proveedores	2.000 euros.
Saldo medio de clientes	2.000 euros.
Coste de las ventas	9.600 euros.
Saldo medio de existencias almacén	800 euros.
Ventas a crédito	12.000 euros.
Compras a crédito	8.000 euros.
Año comercial	360 días.

Se pide:

a) Período medio de maduración económico (0,75 puntos).

$$PMa = \frac{360 \text{ días}}{n_a}$$

$$n_a = \frac{\text{consumo anual de materias primas}}{\text{nivel medio de existencias}}$$

$$PMf = \frac{360 \text{ días}}{n_f}$$

$$n_f = \frac{\text{consumo anual de fabricación}}{\text{media del stock de productos en curso}}$$

No contamos con los datos para calcular PMA y PMf. A continuación, se calculan PMv y PMc.

$$PMv = \frac{360 \text{ días}}{n_v} = \frac{360}{12} = 30$$

$$n_v = \frac{\text{volumen anual de ventas a precio de coste}}{\text{nivel medio de existencias de productos acabados}} = \frac{9.600\text{€}}{800\text{€}} = 12$$

$$PMc = \frac{360 \text{ días}}{n_c} = \frac{360 \text{ días}}{6} = 60 \text{ días}$$

$$n_c = \frac{\text{volumen anual de ventas a precio de venta}}{\text{saldo de clientes}} = \frac{12.000\text{€}}{2.000\text{€}} = 6$$

$$\text{Período medio de maduración económico} = PMa + PMc = 30 \text{ días} + 60 \text{ días} = 90 \text{ días}$$

b) Período medio de maduración financiero (0,75 puntos).

$$PMp = \frac{360 \text{ días}}{n_p} = 90 \text{ días}$$

$$n_p = \frac{\text{volumen anual de compras}}{\text{saldo de proveedores}} = \frac{8.000\text{€}}{2.000\text{€}} = 4$$

$$\text{Período medio de maduración financiero} = PMm = PMa + PMc - PMp = 0 \text{ días}$$

$$PMm = 30 \text{ días} + 60 \text{ días} - 90 \text{ días} = 0 \text{ días}$$

c) Exprese su opinión razonada respecto a los plazos de cobro y pago (0,5 puntos).

El periodo medio de maduración es el tiempo medio que transcurre entre el pago a los proveedores por la compra de las materias primas y el cobro a los clientes por la venta de los productos terminados. Son los días que tarda una empresa en recuperar el dinero que ha gastado desde la compra inicial de las materias primas, es decir, es el ciclo de vida de explotación de un producto.

En este caso, transcurren 0 días desde que la empresa paga a los proveedores por la compra de mercaderías hasta que lo recupera con el cobro a los clientes: los proveedores financian a la empresa 0 días. Lo ideal es que el PMMf sea bajo y en este caso lo es.

6. Una empresa presenta la situación patrimonial, a 31 de diciembre de 2015, que se resume a continuación: mobiliario propiedad de la empresa: 1.500 u.m.; la amortización acumulada de su inmovilizado material: 600 u.m.; deudas concedidas por una entidad de crédito a devolver en 7 meses: 3.000 u.m.; clientes: 1.000 u.m.; reservas generadas por la empresa: 50 u.m.; edificios: 8.000 u.m.; deudas concedidas por una entidad de crédito a devolver en 7 años: 5.000 u.m.; existencias: 500 u.m.; facturas pendientes de pago a los proveedores: 2.000 u.m.; caja: 9.700 u.m. y capital aportado por los accionistas: 10.000 u.m. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

a) Calcule el resultado de ejercicio y elabore el balance de situación de la empresa a 31 de diciembre de 2015 (1 punto).

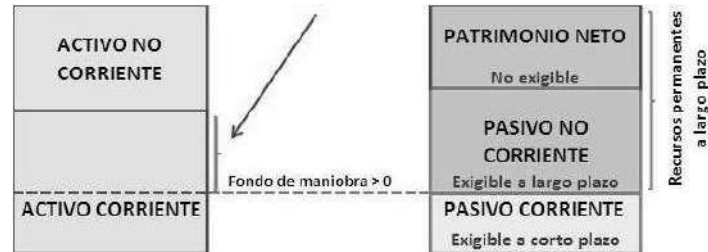
ACTIVO	2015	PATR. NETO Y PASIVO	2015
ACTIVO NO CORRIENTE	8.900	PATRIMONIO NETO	10.100
Edificios	8.000	Capital	10.000
Mobiliario	1.500	Reservas	50
Amortización acumulada Inmovilizado Material	(600)	Resultado	50
ACTIVO CORRIENTE	11.200	PASIVO NO CORRIENTE	5.000
Existencias	500	Deudas a Largo Plazo con entidades de crédito	5.000
Clientes	1.000	PASIVO CORRIENTE	5.000
Caja	9.700	Proveedores	2.000
		Deudas a Corto Plazo con entidades de crédito	3.000
TOTAL ACTIVO	20.100	TOTAL PN Y PASIVO	20.100

b) Calcule el fondo de maniobra o fondo de rotación de la empresa (0,5 puntos).

$$FM = AC - PC = 11.200 - 5.000 = 6200€$$

c) Comente el resultado obtenido en el punto anterior (0,5 puntos).

Presenta un FM positivo, lo que indica se encuentra en Estabilidad financiera.



- Todo el activo no corriente y parte del activo corriente es financiado con recursos permanentes.
- Situación buena porque las deudas a corto plazo son inferiores a los medios líquidos o de rápida conversión en liquidez.

www.academianuevofuturo.com
Teléfono: 914744569