

## OPCIÓN A

**A.1. Enumere y explique los diferentes tipos de empresas según los criterios de tamaño (0,5 puntos) y de titularidad de su capital (0,5 puntos).**

Bajo el criterio del tamaño de la empresa, tomando como referencia el número de trabajadores, se distinguirá entre microempresa (de 1 a 9 trabajadores), pequeña empresa (de 10 a 49 trabajadores), mediana (50 a 249 trabajadores), y grande (a partir de 250 trabajadores).

Por otra parte, en cuanto al criterio de la titularidad (propiedad) del capital, se distingue entre empresas públicas (la propiedad pertenece al Estado), empresas privadas (la propiedad es de particulares), y empresas mixtas (la propiedad es compartida entre el Estado y particulares).

**A.2. Defina qué es la organización informal (0,5 puntos). Señale dos diferencias existentes entre la organización formal e informal (0,5 puntos).**

La organización informal es el conjunto de relaciones interpersonales que surgen dentro de las empresas, las cuales están completamente al margen de las relaciones laborales. Sus principales características son su espontaneidad, y que no están preestablecidas por la dirección de la empresa.

**A.3. Explique en qué consiste el proceso de descuento comercial, desde su inicio hasta el momento del vencimiento (1 punto) y explique otras dos fuentes de financiación externas a corto plazo (1 punto).**

El descuento comercial o descuento de efectos es una fuente de financiación externa a corto plazo. Es una fuente de financiación que surge cuando una empresa que cuenta con un efecto comercial entregado por un deudor (por ejemplo, un cliente) en el cual consta que éste hará un pago en un futuro. En ocasiones, la empresa puede necesitar financiación de inmediato, y es ahí cuando puede aplicarse el descuento comercial. La empresa acudirá a una entidad financiera (por ejemplo, un banco), y le expondrá la situación a la misma. La entidad financiera, en función de la diferencia entre la fecha de descuento (momento en el que la empresa acudió a la entidad financiera) y la fecha de vencimiento (momento en el cual se hará efectivo el cobro del efecto comercial), cobrará a la empresa una comisión por la operación, y aplicará el descuento de intereses (ambos aplicados al valor nominal de ese efecto comercial). Si la empresa acepta el descuento, la entidad financiera le entregará a la empresa, al contado, el montante resultante de tomar el valor nominal de ese efecto comercial, y deducirle los intereses descontados, y los intereses cobrados por la operación.

Otros ejemplos de fuentes de financiación ajena a corto plazo serían los créditos de funcionamiento, consistentes en que la empresa contrae una deuda con un proveedor, al cual le pagará en un futuro definido a través de un efecto comercial; o también un préstamo a devolver antes de un año, consistente en que la entidad financiera dé una cantidad de dinero a la empresa en un único pago. Posteriormente, al momento de vencimiento, la empresa devolverá a la entidad financiera el principal del préstamo (la cantidad de dinero entregada), más unos intereses.

## A.4. Explique los tipos de estrategias de crecimiento de la empresa (2 puntos).

A la hora de establecer una estrategia, una empresa puede enfocar su crecimiento en base a dos puntos de vista: la especialización frente a la diversificación; y el crecimiento interno frente al crecimiento externo.

Bajo el primer enfoque, la empresa puede optar por la especialización, consistente en producir un bien diferenciado respecto de la competencia. Esta estrategia puede ser desarrollada mediante la penetración de mercados (introducir productos conocidos en mercados conocidos), el desarrollo de mercados (introducir productos conocidos en mercados nuevos), o el desarrollo de productos (introducir productos nuevos en mercados conocidos). Por otra parte, la diversificación consiste llevar a cabo actividades no relacionadas con la principal. Esta estrategia puede llevarse a cabo mediante la diversificación horizontal (introducir productos que complementen a los productos principales), la diversificación vertical (llevar a cabo nuevas actividades dentro del mismo sector), o la diversificación heterogénea (llevar a cabo actividades que no tienen relación con la actividad principal de la empresa).

En cuanto al segundo enfoque, la empresa puede llevar a cabo el crecimiento interno, consistente en el crecimiento mediante la reinversión de los beneficios con el fin de mejorar la capacidad productiva de la empresa (comprando nuevas máquinas, nuevos edificios, etc). Por su parte, el crecimiento externo consiste en hacer que la empresa crezca a través de factores externos a ella. Esta estrategia puede desarrollarse mediante la concentración (agrupación de empresas), pudiendo surgir por la fusión entre empresas (dos empresas juntan sus patrimonios), la absorción de empresas (una empresa compra a otra, siendo lo más habitual que la empresa comprada desaparezca del mercado), la concentración horizontal o cártel (varias empresas de un mismo sector dejan de competir y se alían, formando un monopolio, lo que hace que sean ilegales), o la concentración vertical o trust (se basa en que varias empresas que llevan a cabo distintas etapas de un mismo proceso productivo se alían, haciendo acuerdos basados en la confianza de que cada parte implicada cumplirá su parte). La otra forma de lograr el crecimiento externo es mediante la cooperación (varias empresas colaboran entre ellas). Esta cooperación puede ser de tipo productivo (varias empresas comparten sus recursos a fin de reducir costes), de tipo comercial (varias empresas necesitan una misma materia prima hagan un pedido conjunto con el fin de lograr una economía de escala de tipo comercial con el objetivo último de minimizar el coste que asumirá cada empresa), de tipo tecnológico (se produce cuando una empresa cede una patente a otras a cambio del pago de una cuota llamada *royalty* o canon), o por la creación de franquicias (consistente en que el franquiciante - propietario de la franquicia- cede al franquiciado -quien desea abrir su propia franquicia- el uso de la marca comercial y las características asociadas a la misma, a cambio de que el franquiciado le pague una cuota).

A.5. La empresa “RECORD”, especializada en la comercialización de videocámaras deportivas, comienza el año 2020 con unas existencias iniciales de 1.350 unidades, cuyo precio de compra fue de 49,50 €/unidad. Durante el mes de marzo, la empresa compra 450 unidades a un precio de 46,50€/unidad. En julio, la empresa adquiere 375 unidades adicionales a 50 €/unidad. En noviembre, se compran 150 unidades a 54,75 €/unidad. El día 1 de diciembre, la empresa vende un total de 1.980 unidades a 64,50 €/unidad.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule el valor de las existencias finales a 31 de diciembre según el criterio FIFO (1 punto).

Valoración por el método FIFO										
Fecha	Concepto	Entradas			Salidas			Almacén		
		Q	P	V	Q	P	V	Q	P	V
1/1	Exist. Inic.							1.350	49,5	66.825
1/3	Compra	450	46,5	20.925				1.350 450 1.800	49,5 46,5	66.825 20.925 87.750
1/7	Compra	375	50	18.750				1.350 450 375 2.175	49,5 46,5 50	66.825 20.925 18.750 106.500
1/11	Compra	150	54,75	8.212,5				1.350 450 375 150 2.325	49,5 46,5 50 54,75	66.825 20.925 18.750 8.212,5 114.712,5
1/12	Venta				1.350 450 180 1.980	49,5 46,5 50 64,50	66.825 20.925 9.000 96.750	195 150 345	50 54,75	9.750 8.212,5 17.962,5

El valor de inventarios por el método FIFO es de 17.962,5€

- b) Calcule el valor de las existencias finales a 31 de diciembre según el criterio del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto).

Valoración por el método PMP										
Fecha	Concepto	Entradas			Salidas			Almacén		
		Q	P	V	Q	P	V	Q	P	V
1/1	Exist. Inic.							1.350	49,5	66.825
1/3	Compra	450	46,5	20.925				1.800	48,75 [1]	87.750
1/7	Compra	375	50	18.750				2.175	48,97 [2]	106.500
1/11	Compra	150	54,75	8.212,5				2.325	49,34 [3]	114.712,5
1/12	Venta				1.980	49,34	97.693,2	345	49,34	17.022,3

$$[1] P = \frac{87.750}{1.800} = 48,75 \quad [2] P = \frac{106.500}{2.175} = 48,97 \quad [3] P = \frac{114.712,5}{2.325} = 49,34$$

El valor de inventarios por el método PMP es de 17.022,3€

A.6. La empresa “ELÁSTICA”, cuya actividad principal es la fabricación de camas elásticas, presenta a 31/12/2020 la siguiente situación patrimonial (en euros): capital desembolsado por los accionistas, 50.000; deudas a corto plazo con hacienda pública, 9.000; patentes y marcas, 12.500; equipamiento informático, 6.000; existencias, 7.500; facturas a clientes pendientes de cobro, 3.600; deudas con proveedores, 4.000; reservas, 16.500; bancos, cuenta corriente, 12.400; edificios y terrenos, 160.000; mobiliario, 24.000; deudas con entidades de crédito a devolver en menos de 12 meses, 28.000; deudas con entidades de crédito a devolver en más de 12 meses, 67.500; amortización acumulada del inmovilizado intangible, 3.500; amortización acumulada del inmovilizado material, 42.000.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

a) Calcule el resultado del ejercicio a 31 de diciembre de 2020 (0,5 puntos).

Para calcular el resultado del ejercicio, en primer lugar, se calculará el valor del Activo, ascendiendo éste a 180.500€; así como del Patrimonio Neto, considerando que el resultado del ejercicio  $x$  es el dato que se busca calcular ( $66.500 + x$ €), y el Pasivo (108.500€).

Teniendo ya estos datos, se aplicará la ecuación fundamental del patrimonio:

$$\text{Activo} = \text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo}$$

$$180.500 = 66.500 + x + 108.500 \rightarrow 180.500 = 175.000 + x \rightarrow x = 180.500 - 175.000 = 5.500\text{€}$$

Así pues, el resultado del ejercicio asciende a 5.500€ de beneficio.

b) Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2020 (1 punto).

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>157.000</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>72.000</b>
Inmovilizado Material	148.000	Capital Social: 50.000	
Edificios y terrenos: 160.000		Reservas: 16.500	
Mobiliario: 24.000		Resultado del ejercicio: 5.500	
Equipamiento informático: 6.000		<b>PASIVO</b>	<b>108.500</b>
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>12.500</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>67.500</b>
Patentes y marcas: 12.500		Deudas a largo plazo: 67.500	
<b>Amort. Acum. Inmov. Material</b>	<b>(42.000)</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>41.000</b>
<b>Amort. Acum. Inmov. Intangible</b>	<b>(3.500)</b>	Deudas a corto plazo: 28.000	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>23.500</b>	H.P., acreedora: 9.000	
Existencias	7.500	Proveedores: 4.000	
Existencias: 7.500			
<b>Realizable</b>	<b>3.600</b>		
Cientes: 3.600			
<b>Disponible</b>	<b>12.400</b>		
Bancos, cuenta corriente: 12.400			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>180.500</b>	<b>TOTAL P. NETO Y PASIVO</b>	<b>180.500</b>

c) Calcule el fondo de maniobra o de rotación e interprete su resultado (0,5 puntos).

El Fondo de Maniobra se obtiene como la diferencia entre el valor del Activo Corriente (23.500€) y el Pasivo Corriente (41.000€), dando como resultado  $-17.500\text{€}$ . El Fondo de Maniobra indica cómo de solvente es la empresa a corto plazo. En caso de obtenerse un resultado negativo, como este caso, indica que la empresa está en una situación de suspensión de pagos (no puede hacer frente a sus deudas a corto plazo)

## OPCIÓN B

**B.1. ¿En qué consiste la estrategia de marca blanca? (0,75 puntos) Ponga un ejemplo de una empresa real (0,25 puntos).**

La estrategia de marca blanca se basa en que una empresa fabrique un determinado producto bajo una marca que es propiedad de otra. La empresa productora debe ajustarse a lo establecido por las condiciones que desee la empresa propietaria de la marca.

Un ejemplo real sería el chocolate de la marca Hacendado, marca propiedad de Mercadona. El chocolate de Mercadona está producido por la empresa Antiu Xixona, conocida por la elaboración de dulces de todo tipo (turrónes, chocolate, etc.).

**B.2. Defina qué son las Cuentas Anuales (0,25 puntos) y enumere tres tipos de documentos que las componen (0,75 puntos).**

Las Cuentas Anuales son el conjunto de documentos redactados por las empresas, en los cuales se recoge su evolución a lo largo del ejercicio económico. Las Cuentas Anuales están conformadas por varios documentos, siendo algunos de ellos el Balance de Sumas y Saldos (documento que debe hacerse al menos una vez por trimestre y cuya finalidad es la de verificar las anotaciones del Libro Diario), el Balance (documento que muestra los bienes, derechos y obligaciones de la empresa en un momento concreto), o la Cuenta de Pérdidas y Ganancias (documento que muestra los ingresos y gastos de la empresa, diferenciando por su origen).

**B.3. ¿Qué nos indica el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa? (0,5 puntos). Si ya conocemos el precio de venta por unidad y el coste variable por unidad de una empresa, ¿qué información adicional necesitamos para calcular el punto muerto? (0,5 puntos). Considerando una empresa a la que comunican un aumento del importe del alquiler de la oficina donde lleva a cabo su actividad, ¿cómo afecta este hecho a su umbral de rentabilidad o punto muerto? (0,5 puntos). Por otra parte, esta empresa ha conseguido reducir el coste de transporte de cada producto que vende, ¿cómo afecta este hecho a su umbral de rentabilidad o punto muerto? (0,5 puntos).**

El umbral de rentabilidad o punto muerto muestra el número de unidades que una empresa deberá producir y vender para, como mínimo, recuperar su inversión; es decir, lograr que su beneficio sea nulo.

Si ya se conocen el precio de venta y el coste variable unitario, el único dato que hará falta es el del coste fijo.

Un aumento en el coste del alquiler de la oficina supondrá un aumento en los costes fijos. Todo incremento en los costes fijos se traducirá siempre en que el punto muerto aumentará, siendo necesario que venda más unidades para alcanzar un beneficio nulo.

Una reducción en el coste de transporte de cada unidad se traduce en una reducción del coste variable unitario. Una reducción del coste variable unitario provoca siempre un incremento del margen de beneficio unitario (diferencia entre el precio y el coste variable unitario). Asumiendo que no haya ningún cambio más en la estructura de costes, esto se traduce en que el punto muerto disminuirá (tendrá que producir y vender un menor número de unidades para alcanzar un beneficio igual a cero).

B.4. ¿Qué diferencias existen entre el entorno general y el entorno específico de las empresas? (0,5 puntos). Identifique un factor que determine el entorno general y un factor que determine el entorno específico (0,5 puntos). Identifique a qué entorno hacen referencia cada uno de los siguientes factores de una empresa que fabrica muebles (1 punto): a) Una mejora en la normativa de defensa de los derechos de los consumidores; b) La entrada de nuevos competidores; c) Un incremento de la inflación y d) Una variación del gusto de los consumidores hacia muebles ecológicos.

La principal diferencia que puede encontrarse entre el entorno general y el entorno específico es en el tipo de empresa al que afecta. Todas las variables que conforman el entorno general afectarán siempre a cualquier empresa; mientras que, en el caso de las del específico, afectarán a las empresas en función del sector al que pertenezcan.

Factores que pertenecen al entorno general:

- Una mejora en la normativa de defensa de los derechos de los consumidores.
- Un incremento de la inflación.

Factores que pertenecen al entorno específico:

- La entrada de nuevos competidores.
- Una variación del gusto de los consumidores hacia muebles ecológicos.

B.5. La empresa “STRING-7”, que se dedica a la fabricación y comercialización de guitarras eléctricas, presenta la siguiente información en referencia a su ciclo de explotación del año pasado: El período medio de aprovisionamiento fue de 25 días.

La rotación de productos en fabricación fue de 29,2 veces.

Las ventas totales a precio de coste fueron de 600.000 €, mientras que las ventas totales a precio de venta ascendieron a 900.000 €.

El saldo medio de las existencias de productos terminados en almacén fue de 24.000 €. El saldo medio de los derechos de cobro por ventas a crédito a clientes fue de 60.000 €. La empresa paga a sus proveedores en un plazo de 45 días.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Defina (0,25 puntos) y calcule (1,25 puntos) el período medio de maduración económico, detallando cada una de las fases en que se divide.

El Periodo Medio de Maduración económico (*PMMe*) muestra en cuánto tiempo se completa el ciclo de explotación; es decir, el tiempo que pasa desde que se hace un pedido a los proveedores, y hasta que se cobra a los clientes. Su cálculo se desglosa en la suma del periodo medio de almacenamiento (tiempo que, por término medio, están las materias primas en el almacén), periodo medio de fabricación (tiempo que, por término medio, están los productos en curso de fabricación en el almacén), periodo medio de venta (tiempo que, por término medio, están los productos terminados en el almacén), y el periodo medio de cobro (tiempo que, por término medio, se tarda en cobrar a los clientes).

Para el caso de este ejercicio, y asumiendo el año comercial (360 días), el resultado sería el siguiente:

Periodo Medio de Maduración económica	
Periodo medio de almacenamiento	Periodo medio de fabricación
$PMa = 25 \text{ días}$	$PMf = \frac{360}{29,2} = 12,33 \text{ días}$
Periodo medio de venta	Periodo medio de cobro

$PMv = \frac{360}{\frac{600.000}{24.000}} = 14,4 \text{ días}$	$PMc = \frac{360}{\frac{900.000}{60.000}} = 24 \text{ días}$
--	--

$$PMMa = PMa + PMf + PMv + PMc = 25 + 12,33 + 14,4 + 24 = 75,73 \text{ días}$$

La empresa tarda 75,73 días en completar el ciclo de explotación.

- b) Defina (0,25 puntos) y calcule (0,25 puntos) el período medio de maduración financiero. Nota: Para el cálculo, puede considerar el año natural o el año comercial.

El Periodo Medio de Maduración financiero ( $PMMf$ ) muestra cuánto tiempo tarda la empresa en saldar sus deudas con los proveedores. Se calcula como la diferencia entre el Periodo Medio de Maduración económico, menos el Periodo Medio de pago a proveedores (tiempo que, por término medio, se tarda en saldar las deudas con los proveedores).

Para el caso de este ejercicio, y asumiendo el año comercial (360 días), el resultado sería el siguiente:

Periodo Medio de Maduración económico
Periodo medio de pago a proveedores
<b><math>PMp = 45 \text{ días}</math></b>

$$PMMf = 75,73 - 45 = 30,73 \text{ días}$$

La empresa tarda 30,73 días en saldar sus deudas con los proveedores.

**B.6.** La empresa “DEUCE” fabrica y vende dos tipos de productos: producto 1 (raquetas de tenis) y producto 2 (pelotas de tenis). La producción anual del producto 1 ha sido de 18.000 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 30 €/unidad. En cuanto al producto 2, la producción anual ha sido de 60.000 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 1€/unidad.

La empresa cuenta con una plantilla de 24 trabajadores con una jornada de 2.000 horas al año por cada trabajador, de las cuales el 75% se dedicaron a la producción del producto 1 y el 25% a la producción del producto 2. El coste de cada hora de trabajo es de 6 €/hora. Por otra parte, el valor total de las materias primas utilizadas es de 245.000 € para el producto 1 y de 7.500 € para el producto 2.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule la productividad por hora de cada trabajador para el producto 1 (0,75 puntos).

$$PL_{\text{producto 1}} = \frac{Q}{L \cdot HL \cdot 0,75} = \frac{18.000}{24 \cdot 2000 \cdot 0,75} = 0'5 \text{uds/hora trabajada}$$

La productividad del trabajo del producto 1 es de 0'5 unidades por hora trabajada.

- b) Calcule la productividad global de la empresa (1,25 puntos).

$$PG = \frac{18.000 \cdot 30 + 60.000 \cdot 1}{[24 \cdot 2000 \cdot 6] + [245.000 + 7.500]} = 1'11$$

La empresa ingresa 1'11€ por cada euro que ha gastado en producir.