



ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN A

1 Enumera dos similitudes y dos diferencias entre las sociedades anónimas y las de responsabilidad limitada. (1 punto).

Similitudes:

- Son sociedades capitalistas.
- La responsabilidad de los socios es limitada.
- El número de socios es de uno o más.

Diferencias:

- SL, capital social dividido en participaciones; SA, capital social dividido en acciones.
- SL, el capital no puede ser menos de 3 005,06 €; SA, el capital no puede ser inferior a la cantidad de 60 101,21 €.
- SL, para la transmisión de las participaciones sociales se debe comunicar a los administradores la intención de traspaso, el número, la identidad del adquirente y el precio.

2 ¿Qué es una pyme? Comenta dos ventajas y dos inconvenientes de ser ese tipo de empresa. (1,5 puntos).

No existe una definición exacta y concreta de la dimensión de la empresa, sino que son diversos los criterios utilizados para determinar las diferencias del tamaño. Los criterios más utilizados son:

- a. número de empleados.
- b. activo neto
- c. volumen de ventas
- d. valor añadido

Se consideran pequeñas y medianas empresas aquellas que el número de trabajadores no excede de 250.

Ventajas:

Flexibilidad y capacidad de superación ante situaciones de cambio estructural. Posibilidad de cambiar de actividad en corto espacio de tiempo.

Pueden actuar como auxiliares de las grandes en la producción o distribución.

Por su proximidad y relación directa con el cliente disfrutan de una posición privilegiada en los mercados locales. Servicio muy directo a los clientes. Control y conocimiento directo de los clientes, por lo que se alcanza un índice bajo de morosidad y fallidos.

Ausencia casi total de conflictos laborales. La dirección conoce y controla a sus trabajadores, con frecuencia dirección y trabajadores están unidos por parentesco y/o amistad. Facilidad y rapidez de comunicación.

En épocas de crisis pueden absorber, en mejor posición que las grandes empresas, situaciones de recesión al no padecer cargas estructurales demasadas importantes.

Ausencia de conflictos por el control de la dirección dada, en muchos casos, la naturaleza personalista de la empresa.

La unidad e independencia de la dirección permite una gran rapidez de decisión, iniciativa y versatilidad.

Inconvenientes:

Su pequeña dimensión les impide ofertar en condiciones óptimas de precio, al no poder aprovecharse de las economías de escala de las grandes empresas (disminución de costes unitarios por producir o vender grandes cantidades).

Por lo general, carecen de potencial financiero suficiente. Dependen esencialmente de la financiación bancaria y de la facilitada por los proveedores y suministradores; no acceden, por tanto, a otras oportunidades de financiación, tales como Bolsa o emisión de obligaciones.

No tienen la capacidad técnica de las grandes entidades, que cuentan con personal muy especializado y buenos asesores en diferentes disciplinas.



No tienen control sobre el conjunto de sus proveedores y clientes, perdiendo la posibilidad de imponer condiciones que permitan disfrutar de una posición ventajosa.

Organización personalista. Concentración de la dirección. Ausencia de organización sistemática. Carece o dedica poco tiempo a la planificación.

Utilización de una tecnología desfasada. Carencia de una infraestructura científica y de unos medios humanos especializados para hacer frente a la I+D tecnológico.

La cualificación y formación técnica del personal no se encuentra al nivel europeo.

Falta de un grado bastante elevado de información de lo que supone el Mercado Único, falta de interés y preocupación por las consecuencias del mercado único, falta de mentalidad exportadora.

Carencia de infraestructura mínima en el exterior: contactos, redes comerciales, etc.

3 Define 'división funcional' y 'división matricial' y describe algún problema que puede presentar esta última forma de organización. ¿En qué tipo de estructura organizativa aparece el departamento de marketing? (1 punto).

La división funcional sucede cuando se establece una estructura basada en la especialización por conjuntos de tareas relacionadas entre sí o por distintos procesos dentro de cada nivel. Esta división se realizará según las diferentes áreas funcionales.

La división matricial cuando se estructuran los distintos departamentos mediante varios criterios. - diferentes (funcional, por productos y por mercados).

Inconveniente: las posibles combinaciones se multiplican y el control se hace más complicado.

El departamento de marketing aparece en la Departamentalización funcional.

4 La empresa *Ordenadores, S.A.* vende 200 unidades diarias a 1.000 euros/unidad. En su fabricación incurre en 10.500 euros diarios de costes fijos y 60.000 euros de costes variables totales. Determina: (2 puntos)

- El coste total.
- El ingreso total.
- El beneficio diario.
- El umbral de rentabilidad, explicando su significado.

El coste total= $10.500+60.000= 70.500$ euros

El ingreso total= $200*1000=200.000$ euros

El B°= $200*1.000- 10.500-60.000= 129.500$ euros

Coste variable unitario= $60.000/200= 300$ euros

umbral de rentabilidad= $10.500/(1000-300)= 15$ ordenadores

5. Comenta cuatro ámbitos en que los planteamientos de responsabilidad social corporativa pueden aplicarse al marketing y explica en detalle cómo tiene lugar dicho proceso en cada caso. (1 punto)

Información al consumidor, que puede convertir a un producto en ampliado.

Imagen de marca ecológica que puede hacer que el consumidor perciba el producto con mayor valor y más diferenciado.

Producto ecológico, que diferencia radicalmente el producto.

Esponsorización, que mejora la imagen de la empresa y, en consecuencia, la de todas sus marcas.

6. Cita dos elementos de pasivo fijo y otros dos de pasivo circulante y explica por qué los clasificas de ese modo. (2 puntos).

El pasivo fijo ejemplos: capital social reservas, deudas a largo plazo con entidades de crédito, etc. Los clasifico así porque o bien no son exigibles o bien lo son en el largo plazo.

Circulante ejemplos: proveedores, efectos comerciales a pagar, etc. Los clasifico así porque son exigibles en el corto plazo.

7. Define *factoring* y descuento comercial. Señala una similitud y una diferencia entre ambos. (1'5 puntos).



El descuento comercial es una operación financiera mediante la cual un banco adelanta el importe de una letra de un cliente que tiene un vencimiento en una fecha posterior. El adelanto del importe se realiza una vez descontados los intereses que median desde la fecha en que se realiza el anticipo el importe y la fecha de vencimiento de la letra. El *factoring* es la venta por parte de la empresa de los derechos de cobro sobre los clientes a una empresa o intermediario financiero. Este sistema proporciona gran liquidez y evita los riesgos de impago. Como similitud ambas son fuentes de financiación externa a P/C. El *factoring* elimina riesgos de impago, pero no el descuento comercial.



OPCIÓN B

1 Un solo empresario quiere constituir una empresa de servicios: una asesoría fiscal. El capital que quiere aportar de entrada no es muy elevado y el mercado que quiere alcanzar, según su infraestructura, tampoco. ¿Qué tipo de forma jurídica adoptarías? ¿Por qué? Explica dos razones. (1 punto).

Por el hecho de estar solo puede constituir una empresa individual, una sociedad anónima o una sociedad de responsabilidad limitada.

- Si quiere aportar menos de 3005,06€ una empresa individual, pero si puede aportar algo más, optaría a una S.L., incluso a S.A. si es más de 60101,21€.
- Estas dos últimas tienen la ventaja de que los socios tienen responsabilidad limitada, o sea que no responden con su patrimonio personal.
- Le aconsejaría una SL si quisiera limitar la transmisión de las participaciones sociales.

2 Explica qué es una multinacional y explica dos de sus características. (1,5 puntos).

Las empresas multinacionales son 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.

Las características de las empresas multinacionales pueden ser:

- a) La matriz ejerce el control de las filiales a través de su participación en el capital, total o parcial.
- b) Su dirección y planificación se centralizan en la matriz; las filiales operan dentro de la disciplina y la estructura de una estrategia mundial común.
- c) Se trata de empresas de grandes dimensiones que producen con costes reducidos mediante la explotación de economías de escala e importantes inversiones en investigación y desarrollo (I+D).
- d) Son las mejor situadas en sus sectores para lograr una posición competitiva a escala global a través de su liderazgo en costes y su mayor capacidad financiera.
- e) Se las juzga por el resultado del grupo. Los resultados negativos de algunas filiales se compensan con los positivos de otras, de tal forma que lo que cuenta es el resultado global.

3 ¿En qué consiste la organización informal? ¿Por qué se dice que un organigrama refleja parcialmente la organización? (1 punto).

A) La organización informal se conforma mediante una red de relaciones informales que se producen en el ámbito empresarial y que no han sido planificadas por la dirección ni establecidas con anterioridad.

B) El organigrama es la representación gráfica de la organización, aunque la refleja de un modo parcial, ya que no incluye las normas de funcionamiento, métodos de trabajo, descripciones de puestos, etc.

4 Contesta de forma breve y clara a las siguientes cuestiones: (2 puntos)

- a) ¿Qué se entiende por productividad?
- b) ¿Cómo se puede aumentar la productividad en la empresa?
- c) Calcula la productividad de cada hora por trabajador en la empresa ASTURIAS EMPRENDE S. A., dedicada a la instalación de placas solares, si sus 10 trabajadores trabajan cada uno 2.100 horas al año instalando un total de 81.500 placas.
- d) Explica qué cambio se produciría si el índice de productividad aumentara en un punto.

a) La productividad es la relación entre la producción obtenida en un determinado período de tiempo y los factores utilizados para su obtención. La productividad está relacionada con la eficiencia técnica y económica de la empresa. Cuando existen varias combinaciones de factores para fabricar un mismo producto la elección depende del precio de los factores de producción.



En general, se distinguen dos tipos de productividad: la productividad global de la empresa que relaciona la producción de la empresa con los factores que han sido necesarios para obtener esa producción (trabajo, capital y materias primas); y la productividad de uno de los factores que relaciona el volumen de producción con el factor estudiado.

b) En general la productividad global se puede aumentar mejorando el rendimiento de los trabajadores mediante la formación o su mejor organización, pero también mejorando la tecnología. Siempre el aumento de la productividad de uno de los factores conllevará el aumento de la productividad global de la empresa.

c) La productividad del factor trabajo es: $Pt = \text{Productos obtenidos} / \text{horas de trabajo empleadas}$

Horas de trabajo = 10 trabajadores x 2.100 = 21.000 horas

$Pt = 81.500 \text{ placas instaladas} / 21.000 \text{ horas} = 3,88 \text{ placas por hora trabajada}$

d) La subida de un punto en el índice de productividad supone que la productividad de cada trabajador es de 4,88 placas solares por hora trabajada, por ello utilizando la fórmula anteriormente empleada hay que calcular lo que significa este incremento en la cantidad de placas que la empresa instala.

$PT = \text{Placas instaladas} / \text{horas de trabajo}$

$4,88 \text{ placas por hora trabajada} = \text{placas instaladas} / 21.000 \text{ horas}$

$\text{Placas instaladas} = 21.000 \text{ horas} \times 4,88 \text{ placas por hora trabajada} = 102\,480 \text{ placas}$

5. ¿Qué diferencia existe entre una estrategia de marketing diferenciada y una estrategia de marketing concentrada? Pon un ejemplo real o ficticio de cada caso que incorporen en esa valoración consideraciones de carácter ético, social y ambiental. (1 punto).

Estrategia diferenciada, al contrario de la anterior, consiste en ofrecer productos adaptados a las necesidades de cada uno de los distintos segmentos objetivo, utilizando también de modo distinto los instrumentos comerciales (ejemplo: automóvil). Estrategia concentrada. La empresa puede detectar la existencia de varios segmentos del mercado relevantes; pero es posible que no sea capaz de atender a todos ellos de un modo adecuado, por no disponer de los recursos necesarios.

La empresa A establece una estrategia diferenciada porque segmenta a la población en función de su conciencia medioambiental y ofrece el modelo M para clientes poco preocupados por el medio ambiente, con mayores prestaciones, pero generador de mayor cantidad de emisiones. A la vez, ofrece un modelo N, que ofrece menos prestaciones, pero con un nivel de emisiones muy bajo.

Por otro lado, la empresa B establece una estrategia concentrada, es decir, no ofrece ningún automóvil para los consumidores poco sensibles medioambientalmente, pero sí uno con muy bajo nivel de emisiones para los individuos medioambientalmente más sensibles.

6. Pon un ejemplo detallado del balance de una empresa en situación financiera inestable y explica por qué has llegado a la conclusión de que se encuentra en esa situación. (2 puntos).

En primer lugar, hay que distinguir entre situación financiera inestable en el corto plazo, en momentos concretos en que las deudas son mayores que los activos. Si esto se mantiene en el largo plazo, vamos a la situación que aparece en el siguiente plazo.

En una situación financiera inestable, la empresa tiene un activo financiado íntegramente por recursos ajenos. El neto patrimonial de la empresa no existe o es igual a cero. El valor de la participación de los propietarios de la sociedad es nula. Los problemas de solvencia son latentes, por lo que es difícil que pueda hacer frente a las obligaciones de pago sin liquidar activos.



ACTIVO

PASIVO

ACTIVO FIJO.

PASIVO FIJO

Patentes: 50.000 euros.
EDIFICIOS. 50.000 EUROS

Obligaciones 100.000 euros
Préstamos bancarios: 20.000 euros

ACTIVO CIRCULANTE.

PASIVO CIRCULANTE

Existencias: 20.000 euros.
Dinero en efectivo: 10.000 euros

Deudas con proveedores: 10.000 euros

7. Explica una diferencia entre las ampliaciones de capital y la autofinanciación como fuentes de financiación. Define ambas. (1'5 puntos).

La empresa para conseguir fondos puede llevar a cabo una ampliación de capital emitiendo nuevas acciones. Se trata de financiación externa a largo plazo. Por su lado, la autofinanciación procede de los recursos generados por la propia empresa en el ejercicio de su actividad. Resulta una fuente de financiación sin coste adicional y aumenta la capacidad de endeudamiento de la empresa. Se trata de financiación interna.