

# Solución del examen de Economía de la Empresa



EvAU 2022 (8 de junio)

## OPCIÓN A

### A.1.

Las cuatro funciones clásicas de la dirección de la empresa son:

- La planificación: decidir por anticipado qué se quiere conseguir en el futuro, cómo se va a lograr y cuáles son los recursos que se van a utilizar para lograrlo. Se deben fijar unos objetivos.
- La organización: definir las actividades y tareas que se van a desarrollar, dividir y distribuir el trabajo entre las personas que las van a realizar y determinar las relaciones de autoridad que deben existir entre ellas, con la intención de cumplir los objetivos previstos.
- Gestión de recursos humanos: se ocupa de la selección, formación y asignación de personas a los distintos puestos de trabajo, así como de los sistemas de incentivos que les sirvan de motivación. Se necesita liderazgo (influencia y poder para conseguir que las personas se identifiquen con los objetivos del grupo y actúen para lograrlos).
- El control: verificar que se cumplen los objetivos planificados, identificar las desviaciones si las hubiera y establecer la forma de corregirlas.

**Fijar los incentivos para motivar a los trabajadores**: pertenece a la función de gestión de recursos humanos como hemos explicado anteriormente.

**Medir las desviaciones respecto de los objetivos previstos**: pertenece a la función de control ya que se encarga de verificar que se cumplen los objetivos planificados.

### A.2.

El concepto de **I+D+i** comprende los trabajos creativos que se emprenden de un modo sistemático en las empresas, universidades y centros de investigación públicos para aumentar el conocimiento humano y usarlo en nuevas aplicaciones de carácter productivo.

Estos trabajos se agrupan en tres categorías: investigación básica y aplicada, desarrollo tecnológico e innovación.

**1. Investigación básica y aplicada**: va dirigida al descubrimiento de nuevas ideas. Distinguimos dos vertientes:

- Investigación básica: consiste en trabajos de tipo teórico y experimental cuya finalidad es obtener conocimientos científicos originales no orientados a una aplicación práctica específica. Son la base para posteriores usos o aplicaciones (química, física, ingeniería...)

- Investigación aplicada: se trata de investigaciones de tipo práctico para buscar posibles usos para los hallazgos realizados en la investigación básica.

**2. Desarrollo tecnológico:** es la aplicación a la actividad productiva y comercial de la empresa de las ideas surgidas en la investigación.

Un ejemplo de investigación puede ser realizar el diseño de una aplicación para comparar tiendas de ropa y sus artículos en ese momento, pudiendo filtrar el tipo de producto que quieres y poder ver la disponibilidad de dicha prenda en la tienda correspondiente. Mientras que, un ejemplo de desarrollo sería que esa aplicación alcanzara un número muy elevado de descargas a nivel mundial.

### A.3.

Las **empresas multinacionales** son compañías formadas por una empresa matriz que cuenta con una serie de filiales que operan en distintos 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 en otros estados.

Algunas características de las empresas multinacionales en la actualidad son:

1. La matriz controla a las filiales por su participación total o parcial en su capital.
2. La matriz dirige y controla a filiales que actúan dentro de una estrategia mundial común.
3. Se trata de empresas muy grandes con importantes economías de escala y apuesta por la tecnología mediante fuertes inversiones en I+D+i.
4. Son líderes en sus sectores obteniendo ventajas competitivas por liderazgo en costes/calidad y su mayor capacidad financiera.

### A.4.

La **función comercial de la empresa (MARKETING)** trata de determinar, a partir de las oportunidades que ofrece el mercado, qué bienes y servicios producir, a qué público se va a dirigir, dónde comercializar, qué precios tendrán, cómo se va a promocionar, etc. Es decir, trata de crear, incentivar y gestionar las ventas, que generan los ingresos de la empresa. El Departamento comercial o de marketing es el encargado de llevarla a cabo.

Dos de las fases para el estudio de mercado son:

1. Definir la CUESTION a estudiar y los OBJETIVOS que se persiguen. Proponer con claridad que cuestiones se pretenden contestar con ella: unos objetivos claros ayudan a obtener unos resultados claros.

2. Diseñar el PLAN DE INVESTIGACIÓN. Es importante decidir el modo en que se llevará a cabo y los métodos o fuentes de obtención de información (encuestas, experimentación, etc.). Deben considerarse el coste y el tiempo que conlleva cada alternativa.

(Las dos razones que explican la utilidad de la información que se obtiene de estos estudios de mercado estaría contestada con el primer párrafo de este ejercicio).

#### A.5.

a y b)

<b>ACTIVO</b>	<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>
<p><b>ACTIVO NO CORRIENTE 30900</b></p> <p><b>Inmovilizado intangible 3200</b> Aplicaciones informáticas : 3300 - Amortización acum. Inmov. Intan. : -100</p> <p><b>Inmovilizado Material 27700</b> Equipamiento informático : 16600 Mobiliario : 14300 - Amortización. Acum. Inmov. Mat: -3200</p> <p><b>ACTIVO CORRIENTE 19100</b> Existencias : 6900 Clientes : 1200 Caja : 600 Cuenta corriente, Bancos : 10400</p>	<p><b>PATRIMONIO NETO 3800 + x = 5000</b> Capital social : 3000 Reservas : 800 Resultado del ejercicio : x = 1200</p> <p><b>PASIVO NO CORRIENTE 34000</b> Préstamo a largo plazo : 34000</p> <p><b>PASIVO CORRIENTE 11000</b> Deudas a corto plazo : 4600 Hacienda Pública : 1300 Proveedores : 5100</p>
<p><b>TOTAL ACTIVO 50000</b></p>	<p><b>TOTAL P.NETO Y PASIVO 48800 + x</b></p>

$$\text{ACTIVO} = \text{PATRIMONIO NETO} + \text{PASIVO} \rightarrow 50000 = 48800 + x \rightarrow x = 1200$$

c)

$$\text{RATIO DE LIQUIDEZ} = 19100 / 11000 = 1,73$$

El ratio de liquidez mide la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente a corto plazo, siendo la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo con los activos corrientes. Al salir un valor de 1,73 quiere decir que la empresa está en una situación favorable ya que puede hacer frente a las deudas con los recursos a corto plazo.

$$\text{RATIO DE GARANTÍA} = 50000 / 45000 = 1,11$$

El ratio de garantía mide la capacidad de la empresa para poder hacer frente a los pagos de todas sus deudas. Al tener un valor de 1,1 quiere decir que la empresa está en quiebra técnica, es decir, que aunque vendamos todos los activos, no haríamos frente a todas las deudas.

$$\text{RATIO DE ENDEUDAMIENTO} = 45000 / 50000 = 0,9$$

El ratio de endeudamiento mide la proporción que existe entre la financiación ajena y los recursos propios. Al salir un valor de 0,9 nos indica que la empresa está poco endeuda ya que tal vez podría aprovechar un mayor nivel de deudas para hacer nuevas inversiones.

#### A.6.

$$\text{a) PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO} = \frac{1800}{24 \cdot 1700} = \mathbf{0,044 \text{ unidades/hora trabajada}}$$

$$\text{b) PRODUCTIVIDAD GLOBAL} = \frac{1800 \cdot 234}{24 \cdot 1700 \cdot 7 + 1250 \cdot 10} = \mathbf{1,413}$$

Con una productividad global de 1,413 quiere decir que por 1€ invertido se obtiene 1,413€ al día, por lo tanto, tiene un beneficio de 41 céntimos por cada euro invertido.

c) Tenemos cuatro factores que contribuyen al crecimiento de la productividad:

- Inversión en bienes de capital: la mejora y aumento del capital productivo de la empresa o capital físico (instalaciones, maquinaria...) de las que dispone cada trabajador hace que puedan realizar su trabajo mejor y más deprisa, es decir, que su productividad aumente.

- Mejora del Capital humano: los conocimientos y las cualificaciones que adquieren los trabajadores con la educación, la formación profesional y la experiencia hacen que aumenten su capacidad para producir bienes y servicios al mejorar sus capacidades y por poder sacar un mejor rendimiento de las inversiones de capital disponibles. El capital humano disponible contribuye activamente a incrementar el nivel tecnológico de la sociedad.

- Cambio tecnológico: el tercer determinante son los avances del conocimiento tecnológico que se traducen en mejores productos, mejores maneras de producir bienes y mejores modos de organizar la producción que hace que aumente tanto la calidad como la disponibilidad de bienes y servicios a costes más asequibles.

- Calidad de la gestión de los recursos: los recursos, tanto físicos como humanos, deben organizarse y gestionarse de forma eficaz. Una buena gestión comienza con el proceso de selección de los recursos humanos y continua con la motivación y la comunicación, la mejora de incentivos, etc.

## OPCIÓN B

### B.1.

Los empresarios individuales y las sociedades de responsabilidad limitada son dos cosas muy diferentes como podemos ver a continuación:

- Empresario individual: una persona aporta el capital, dirige la empresa y asume los riesgos del negocio.

- Empresa societaria o sociedad: varias personas que, mediante contrato (ESTATUTOS), se obligan a poner en común capital o trabajo (o ambas cosas) para el desarrollo de una actividad empresarial. Nace una entidad (persona jurídica) totalmente distinta de las personas que la crean (personas físicas). Deben constituirse ante notario e inscribirse en el Registro Mercantil, pagan el Impuesto de Sociedades.

Dos ejemplos de sociedades mercantiles son la Sociedad Anónima y la Sociedad Limitada.

### B.2.

Desde el punto de vista del marketing, el mercado se define como el conjunto de consumidores que comparten una misma necesidad, que están dispuestos a satisfacerla y disponen de capacidad económica para ello (demanda solvente).

Dos de los criterios para la clasificación de los mercados son: según el grado de competencia y según las posibilidades de expansión.

### B.3.

No es lo mismo fijar un precio para un producto ya conocido que fijarlo para un producto nuevo. Si el producto es innovador y aún no tiene sustitutos, hay una alternativa que es **la estrategia de penetración**, que supone fijar precios bajos desde el principio para alcanzar rápidamente las máximas ventas.

Para llevar a cabo esta estrategia se podría utilizar la promoción de ventas para atraer el interés de consumidores y distribuidores a través de incentivos como cupones descuento, ofertas 2x1 o 3x2, o también la mejora de la imagen de la empresa o de la marca.

En la estrategia de penetración de mercado se busca incrementar ventas en clientes habituales o buscar nuevos clientes para productos habituales mediante la mejora de la calidad, la publicidad, etc; mientras que en la estrategia de desarrollo de mercados, la empresa introduce sus productos actuales en nuevos mercados (ya sean áreas geográficas nuevas o segmentando el mercado actual).

### B.4.

Aunque la Teoría X, está todavía extendida por muchos directivos, se considera una forma de pensar obsoleta. McGregor propone la adopción de la Teoría Y para aumentar la motivación de los empleados.

Donald Morton sugiere que la Teoría Y es efectiva con trabajadores con ciertos niveles de conocimientos que los llevan más allá de los dos primeros niveles de la Jerarquía de Maslow, y que la Teoría X es frecuentemente más efectiva con el personal que realiza trabajos manuales o rutinarios.

- Dos características de la Teoría X son: El trabajo es algo impuesto y prefieren ser dirigidas.
- Dos características de la Teoría Y son: El trabajo es fuente de satisfacción y se comprometen con los fines empresariales.

De los comportamientos de los trabajadores propuestos en el ejercicio:

- a) Son presionados por medio de sanciones: Teoría X.
- b) Logran resultados por sí mismos: Teoría Y.
- c) Se sienten autorrealizados en el trabajo: Teoría Y.
- d) Necesitan ser dirigidos: Teoría X.

**B.5.**

a) Teniendo en cuenta que tenemos unas existencias iniciales de 1000 botellas, en marzo compramos 2600, en mayo 2400 y en octubre 2000, tenemos un total de 8000 botellas. En diciembre vendemos 7200 botellas por lo que tras la campaña navideña tenemos:

$$8000 - 7200 = 800 \text{ botellas}$$

b)

FIFO		ENTRADAS			SALIDAS			ALMACEN		
FECHA	CONCEPTO	Q	P	VALOR	Q	P	VALOR	Q	P	VALOR
ENERO	Existencias iniciales							1000	11	11000
MARZO		2600	10	26000				1000 2600	11 10	11000 26000
MAYO		2400	9,5	22800				1000 2600 2400	11 10 9,5	11000 26000 22800
OCTUBRE		2000	14,1	28200				1000 2600 2400 2000	11 10 9,5 14,1	11000 26000 22800 28200
DICIEMBRE					1000 2600 2400 1200	11 10 9,5 14,1	11000 26000 22800 16920	800	14,1	11280

Las existencias tienen un valor de 11280€ según el método FIFO.

c)

PMP		ENTRADAS			SALIDAS			ALMACEN		
FECHA	CONCEPTO	Q	P	VALOR	Q	P	VALOR	Q	P	VALOR
ENERO	Existencias iniciales							1000	11	11000
MARZO		2600	10	26000				3600	10,28	37008
MAYO		2400	9,5	22800				6000	9,97	59820
OCTUBRE		2000	14,1	28200				8000	11	88000
DICIEMBRE					7200	11	79200	800	11	8800

Las existencias tienen un valor de 8800€ según el método PMP.

### B.6.

a)

CUENTAS	IMPORTE
Venta de productos terminados	979000
Otros ingresos	250000
Compra de materias primas	- 486000
Suministros	-116400
Amortización del inmovilizado	-28400
<b>Resultado de explotación</b>	<b>598200</b>
Intereses de la deuda	-15000
<b>Resultado financiero</b>	<b>-15000</b>
<b>Resultado antes de impuesto</b>	<b>583200</b>
Impuestos s/Bº (25%)	-145800
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>437400</b>

b) Rentabilidad económica =  $\frac{598200}{1650000} \cdot 100 = 36,25 \%$

Por cada 100€ invertidos en esta empresa, se obtienen 36,25 € de beneficio antes de intereses e impuestos.

c) Rentabilidad financiera =  $\frac{437400}{575000} \cdot 100 = 76,07 \%$

Por cada 100€ de fondos propios, se obtienen 76,07€ de beneficio neto.