



## ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

### Criterios específicos de corrección

#### ESTRUCTURA DE LA PRUEBA Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

Estructura de la prueba.

El alumno deberá contestar a cuatro cuestiones, de las cuales una será obligatoria y el resto se englobarán en dos bloques opcionales. La cuestión obligatoria será un grupo de preguntas encadenadas sobre un mismo enunciado, teniendo una puntuación de cuatro puntos; el resto de las cuestiones (tres en cada bloque opcional) tendrán una valoración de dos puntos cada una.

Las preguntas se formularán sobre epígrafes o conceptos perfectamente identificables del temario, elegidas entre aquéllas que por su importancia pueden considerarse esenciales para la comprensión del mismo. Con ellas se intentará cubrir los cinco bloques de contenidos señalados en las disposiciones legales.

Criterios de evaluación.

Con la prueba se pretende valorar el conocimiento que el alumno tiene del conjunto del programa, objetivado por medio de la comprensión de conceptos, el manejo de lenguajes y la capacidad de análisis, relación y síntesis. Particularmente el alumno deberá mostrar su capacidad para:

Reconocer y analizar las distintas formas de empresas y su relación con el entorno: estrategias de actuación individual y conjunta ante las exigencias del mercado.

Discernir las ventajas e inconvenientes derivados de la forma jurídica de la empresa, su tamaño, propiedad y nivel tecnológico.

Disponer de una versión global del funcionamiento de las empresas, reconociendo la función de sus áreas internas de actividad, así como sus relaciones con otras entidades.

Identificar a partir de los datos elementales de la contabilidad, la estructura patrimonial de la empresa y sus fuentes de financiación, detectando posibles desajustes o desequilibrios.

Analizar las ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de financiación, tanto internas como externas, evaluando las posibles opciones que se presentan en función del propio carácter de la empresa y sus objetivos.

Comprender la complejidad de los elementos que configuran la estructura organizativa de la empresa, y la necesidad de alcanzar la eficiencia, coordinando tanto los diversos grupos que la conforman como la relación con el exterior.

Integrar los distintos conocimientos de la materia, aplicándolos a casos prácticos en los que se consideren, desde aspectos parciales de funcionamiento hasta la concepción de la empresa en su conjunto.

Se valorará la precisión de conceptos y la expresión razonada de las respuestas.

#### CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN

##### BLOQUE DE RESPUESTA OBLIGADA

- Reservas: 88.000 €. Balance de situación: activo fijo: 773.000 €; activo circulante: 179.000 €; existencias: 110.000 €; realizable: 65.000 €; disponible: 4.000 €; exigible a corto: 60.000 €; exigible a largo: 130.000 €; neto: 762.000 € (*1,5 puntos*).
- Equilibrio patrimonial: capital circulante: 119.000 €. Sí existe equilibrio (*1 punto*).
- En una situación de quiebra el pasivo exigible supera al activo real. La empresas tienen una deuda a la que no pueden hacer frente (*1 punto*).



- d) Las reservas se forman con los beneficios que se obtienen y no se distribuyen. Sirven principalmente como medio para autofinanciar la empresa (autofinanciación de enriquecimiento) (0,5 puntos).

#### ALTERNATIVA A

1) La globalización económica hace referencia a la mayor internacionalización económica entre los países del mundo con una mayor circulación de productos y de recursos, tales como mano de obra, capitales y tecnología. De esta forma la competencia empresarial se establece a escala internacional o mundial (1 punto).

Ventajas: mayor facilidad en el acceso a los bienes de consumo y recursos productivos procedentes de todo el mundo aumentando las posibilidades de elección de las personas y de las empresas. También la competencia mayor tiende a abaratar costes y lograr una mayor eficiencia empresarial (0,5 puntos).

Inconvenientes: muchas empresas no pueden soportar una mayor competencia internacional y acaban desapareciendo. También se alude al hecho de que en lugar de conseguir un reparto más equitativo de los bienes y recursos entre los países, puede acabar aumentando las desigualdades entre ricos y pobres, concentrándose el poder económico en los primeros y la deuda externa en los segundos (0,5 puntos).

2) La promoción de ventas consiste en aplicar instrumentos o medios dirigidos directamente al consumidor para que compre un producto (1 punto). La publicidad consiste en presentar y dar a conocer una marca o una empresa a través de medios diversos de comunicación con el fin de lograr su aceptación y en definitiva su compra (1 punto).

3) La responsabilidad social de la empresa hace alusión al hecho de que la empresa, además de tener en cuenta los resultados económicos, debe considerar los efectos sociales que producen sus actuaciones, como por ejemplo sobre el medio ambiente, agotamiento o conservación de recursos naturales, la situación laboral y derechos de los trabajadores y los derechos del consumidor (1 punto).

La empresa decide actuar en la línea de una mayor responsabilidad social cuando asume las normas y valores recogidos en la ética empresarial. También porque en ocasiones los efectos sociales negativos son objeto de sanción por los gobiernos o provocan el rechazo de los consumidores (1 punto).

#### ALTERNATIVA B

1) a) Si subcontrata en el exterior, el coste es todo variable, no asume costes fijos. Si fabrica los componentes la propia empresa, una parte del coste es coste fijo (1 punto).

b) Control de calidad. El control y mejora de la calidad es más fácil de llevar a cabo si la producción es propia (1 punto).

2) Formas de crecimiento externo. a) Fusión: dos empresas unen sus patrimonios para formar una nueva organización, los socios de las sociedades primitivas se integran en la nueva sociedad. b) Absorción: una sociedad compra el patrimonio de otra y lo integra en el suyo propio (1 punto las dos menciones, una mención: 0,5 puntos).

OPA. Se realiza una oferta pública a los accionistas de la empresa objetivo de la OPA por un precio superior al de su cotización en bolsa (1 punto).

3) La competitividad empresarial indica la posición relativa de la empresa en los mercados frente a sus competidores. Ello supone disfrutar de ventajas que le permiten mantener o aumentar su participación en los mercados (1 punto).

Consecuencias: crecimiento sostenido del producto interior bruto y mayores niveles de bienestar. Capacidad de vender los productos en los mercados nacionales e internacionales (1 punto).