



ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN A

- 1) La empresa SIGMA S.A, dedicada a la fabricación de muebles, cuenta en la actualidad con 150 trabajadores y presenta a final de ejercicio los siguientes elementos en su patrimonio:

Elemento patrimonial	En euros
Dinero en efectivo	5.200
Un camión de reparto	70.000
Patentes y licencias	26.000
Clientes, deudores por aplazamiento de pago	12.600
Reservas	190.000
Deudas con proveedores de madera y otros componentes	18.000
Terrenos e instalaciones técnicas y de maquinaria	480.000
Deudores varios	5.400
Resultado del ejercicio no distribuido	19.500
Capital social	-----
Remuneraciones pendientes de pago del personal	22.000
Saldo en cuentas bancarias	5.000
Amortización acumulada de la maquinaria	150.000
Productos terminados en el almacén	80.000
Materias primas para fabricación en el almacén	30.000
Préstamo bancario a largo plazo	40.000
Deudas con Hacienda Pública	4.000
Crédito bancario a corto plazo	20.000

Se pide:

- Elabora el balance por masas patrimoniales determinando a cuánto asciende el capital social. (1,5 puntos)
 - Determina si existe equilibrio financiero en la empresa. (1,5 puntos)
 - Indica de qué empresa se trata atendiendo al tamaño, régimen jurídico y sector. (1 punto)
- 2) En muchas empresas, sobre todo de tamaño mediano y grande, existe interés en poner en marcha planes de responsabilidad social de empresa o corporativa (RSC). Indica tres consecuencias que para la sociedad en general pueden derivarse de la puesta en marcha de un plan de este tipo. ¿Un plan RSC puede tener algún efecto positivo en el logro de los objetivos de la empresa? Razona la respuesta. (2 puntos)
- 3) A la hora de establecer las pautas en la producción, los objetivos de los directivos se centran en lograr la calidad total y la eficiencia. Explica qué entiendes por calidad total y eficiencia. (2 puntos)
- 4) Dentro de la clasificación de las marcas de los productos cada vez están más presentes las denominadas marcas del distribuidor. Indica en qué consisten y pon un ejemplo que conozcas. ¿Qué ventajas aportan dichas marcas a los distribuidores? (2 puntos)



ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN B

- 1) La empresa SOLUCIONES S.L. se dedica a la asesoría laboral y fiscal con un total de 4.800 gestiones realizadas el pasado año, lo que supuso un coste fijo total de 110.000 euros y unos costes variables medios por cada gestión de 6 euros. Si el precio medio aplicado por cliente es de 30 euros:
 - a) Calcula los resultados obtenidos en dicho ejercicio y cuál es su umbral de rentabilidad. (1,5 puntos)
 - b) Para mejorar la rentabilidad de la empresa los directivos deciden aumentar el precio de cada gestión a 40 euros, estimando un descenso de la demanda en un 20 por ciento. ¿Es adecuada la decisión? ¿Y si decidieran bajar el precio a 25 euros calculando un incremento del 10 por ciento en la demanda? (1,5 puntos)
 - c) ¿Sería posible aumentar el precio sin que descendiese la demanda? Razona la respuesta. (1 punto)

- 2) Las empresas cuando ponen en marcha su negocio, para el funcionamiento normal de su actividad, si deciden acometer la entrada en nuevos mercados y para mejorar su capacidad técnica necesitan financiación. Clasifica las fuentes de financiación empresarial atendiendo a: 1) su duración, 2) su titularidad, 3) su procedencia. (2 puntos)

- 3) En los canales de distribución comercial se distinguen varias agentes o figuras, uno de ellos es el intermediario. ¿Para qué sirven los intermediarios en un canal de distribución comercial? ¿Es posible un canal de distribución comercial sin intermediarios? Justifica la respuesta mediante un ejemplo real que conozcas. (2 puntos)

- 4) Las empresas, para una mejor comprensión de su estructura, objetivos y funcionamiento, se clasifican en función de una serie de criterios. Señala los tipos de empresas atendiendo a los siguientes criterios: a) dimensión o tamaño, b) titularidad del capital, c) sector de actividad, d) según forma jurídica. (2 puntos)



ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Criterios específicos de corrección

El alumno deberá elegir una de las dos opciones. La primera pregunta tiene un valor de 4 puntos y consta de varios apartados. Las preguntas restantes tienen un valor de 2 puntos cada una. Con la prueba se pretende valorar el conocimiento que el alumno tiene del conjunto del programa de la materia, considerando la comprensión y manejo de los conceptos y la capacidad de análisis, relación y síntesis.

OPCIÓN A

1) Respuesta

- a) Balance: Activo no corriente: 426.000 euros; activo corriente: 138.200 euros; pasivo no corriente: 40.000 euros; pasivo corriente: 64.000 euros; neto: 460.200 euros; capital social: 250.700 euros. (1,5 puntos)
- b) Fondo de maniobra: 74.200 euros. Al ser positivo indica que el activo circulante se financia con pasivo circulante y con pasivo fijo. Situación de equilibrio financiero. (1,5 puntos)
- c) Se trata de una mediana empresa (pyme) por el número de trabajadores; sociedad anónima atendiendo al régimen jurídico, sector secundario al ser fabricante de muebles. (1 punto)

2) Consecuencias de la responsabilidad social de la empresa o corporativa para la sociedad: mayor protección del medioambiente; mayor interés en defensa de los derechos de los consumidores; una gestión de recursos humanos que insiste más en la motivación y satisfacción de los trabajadores, creación de empleo; mayor interés en colaboración con organizaciones e iniciativas sociales culturales; implicación en el desarrollo económico y social de la zona donde desenvuelve su actividad. (tres menciones: 1 punto; dos menciones: 0,5 puntos)

De cara a los objetivos de la empresa la aplicación de la responsabilidad social corporativa puede tener efectos positivos: una mayor motivación de los trabajadores puede aumentar su productividad y en consecuencia la competitividad y los resultados empresariales. También la mejora de la imagen entre la sociedad derivada de su compromiso con diversas actividades puede a la larga atraer nuevos compradores de sus productos. Un mayor respeto al medioambiente y a los derechos de los consumidores y trabajadores puede evitar sanciones y conflictos. (dos menciones: 1 punto; una mención: 0,5 puntos)

3) Se entiende por calidad al conjunto de propiedades de un producto o servicio que determinan su aptitud para satisfacer las necesidades de los consumidores o usuarios. La calidad total hace referencia al logro del compromiso en favor de la calidad por toda la organización, desde las tareas de aprovisionamiento hasta el servicio final a los clientes. (1 punto). Una empresa es eficiente cuando obtiene un mayor volumen de producción con unos determinados recursos, o cuando puede producir un determinado bien con el menor empleo de recursos. (1 punto)

4) Estrategia de marca del distribuidor: cuando los productos en lugar de aparecer con la marca del fabricante se presentan con la marca del establecimiento comercial minorista que los vende. Un determinado fabricante llega al acuerdo de fabricar productos para una cadena comercial que lleva a cabo toda la labor comercial bajo su propia marca (1 punto). Ventajas para el distribuidor: pueden conseguir menores costes del producto y por lo tanto ofrecerlo al mercado con precios inferiores a los de las marcas del fabricante; los precios de los productos con marca del distribuidor sólo se venden en la propia cadena comercial y por lo tanto el control sobre el precio final al público es total; gracias a los productos con marca propia las cadenas de distribución mejoran su imagen y pueden aumentar la fidelidad de su clientela. (dos menciones: 1 punto; una mención: 0,5 puntos)

OPCIÓN B

1) Respuesta

- a) Los resultados obtenidos fueron: $30 \times 4.800 - 110.000 - 6 \times 4800 = 5.200$ euros. El umbral de rentabilidad: $110.000 / (30 - 6) = 4.583$ unidades. (1,5 puntos)
- b) Resultados con un precio de 40 euros y descenso del 20 por ciento en las ventas: 20.560 euros de beneficio. Resultado con un precio de 25 euros y un incremento de las ventas del 10 por ciento: -9.680 euros de pérdidas. (1,5 puntos)
- c) Se puede aumentar el precio sin descenso de la demanda si: la demanda es totalmente inelástica y no existe productos competidores a precios inferiores; si con el aumento de precio el producto aumenta en calidad o prestaciones y así lo aprecian y valoran los compradores eligiendo la marca a pesar de ser más cara. (1 punto)

- 2) Clasificación de las fuentes de financiación: 1) duración: capitales permanentes, pasivo no corriente (a largo plazo), pasivo corriente (a corto plazo). 2) titularidad o grado de propiedad: recursos propios, recursos ajenos. 3) procedencia: recursos internos, recursos externos. (tres respuestas correctas: 2 puntos; dos respuestas: 1 punto)

- 3) Los intermediarios acercan los productos desde el lugar de fabricación o de origen hasta el consumo final, realizando labores de transporte, almacenamiento, compra-venta y difusión de las marcas (1 punto). Es posible un canal de distribución sin intermediarios, el caso de los canales directos, cuando el fabricante vende directamente sus productos al consumidor. (0,5 puntos; ejemplo: 0,5 puntos)

- 4) Tipos de empresas. a) Dimensión o tamaño: pymes (pequeñas, medianas) y grandes empresas. b) Titularidad del capital: privadas, públicas o mixtas. c) Sector de actividad: sector primario, secundario o terciario. d) Forma jurídica: empresa individual o sociedad. (cuatro aciertos: 2 puntos; tres, 1 punto; dos, 0,5 puntos)